

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMILIHAN
LOKASI DALAM KESUKSESAN USAHA JASA MIKRO-KECIL DI
SEKITAR KAMPUS UIN ALAUDDIN MAKASSAR**



Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi (S1)
Jurusan Ilmu Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Oleh:

IMAM WAHYUDI
NIM: 90300114012

**JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR
2018**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Imam Wahyudi
Nim : 90300114012
Tempat tanggal lahir : Sungguminasa 22 Februari 1996
Jurusan/Prodi : Ilmu Ekonomi
Fakultas/Program : Ekonomi dan Bisnis Islam/Strata 1
Alamat : Samata
Judul skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi
Pemilihan Lokasi Usaha Jasa Mikro-kecil
di Sekitar Kampus UIN Alauddin Makassar.

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar dan hasil karya sendiri. Jika kemudian hari bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, atau dibuat orang lain sebagian atau seluruhnya, maka skripsi ini dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Samata, 31 Juli 2018
Yang Membuat Pernyataan

Imam Wahyudi
Nim: 90300114012



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Kampus I : Jl. Sultan Alauddin No. 63 Makassar ☎ (0411) 864924, Fax. 864923
Kampus II : Jl. H.M. Yasin Limpo Romangpolong – Gowa . ☎ 424835, Fax 424836

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul, **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Dalam Kesuksesan Usaha Jasa Mikro-Kecil Di Sekitar Kampus UIN Alauddin Makassar”**, yang disusun oleh **Imam Wahyudi** NIM: 90300114012, mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah yang diselenggarakan pada hari Kamis, tanggal 27 Agustus 2018, bertepatan dengan 15 Dzulhijjah 1439 H, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ilmu Ekonomi (dengan beberapa perbaikan).

Gowa, 27 Agustus 2018 M
15 Dzulhijjah 1439 H

DEWAN PENGUJI

Ketua	: Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag.)
Sekretaris	: Prof. Dr. H. Muslimin Kara., M.Ag.)
Penguji I	: Dr. Amiruddin K, M.Ei.)
Penguji II	: Akramunnas, S.E., M.M.)
Pembimbing I	: Dr. Siradjuddin, S.E., M.Si.)
Pembimbing II	: Drs. Thamrin Logawali, M.H.)

Diketahui Oleh:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Alauddin Makassar

Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag.
NIP. 19581022 198703 1 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu alaikum wa rahmatullahi wa barakatuh

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas berkah dan limpahan rahmat serta karunia-Nya yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan maka penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Dalam Kesuksesan Usaha Mikro-kecil di Sekitar Kampus UIN Alauddin Makassar” sekalipun dalam bentuk dan hasil yang sederhana sebagai tugas akhir untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Serta tak lupa pula kita haturkan shalawat serta salam yang tak henti-hentinya kepada nabi junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat-sahabatnya yang telah menjadi pedoman dan penuntun seluruh umat manusia dalam menggapai cahaya kesempurnaan, cahaya ilmu pengetahuan. Sehingga terciptalah tulisan yang sederhana ini. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini telah banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih dan memberikan penghargaan yang setinggi-tingginya terutama kepada :

1. Kedua orang tua saya tercinta Ayahanda Abdul Halim dan Ibunda Salma sebagai motivator yang selalu menyertai penulis dengan ketulusan doa

dan restu serta dukungan moril tanpa henti kepada penulis untuk selalu optimis dan tetap bersemangat dalam menjalani kehidupan.

2. Bapak Prof. Dr. Musafir Pababbari, M.Si sebagai Rektor UIN Alauddin Makassar dan para Wakil Rektor serta seluruh jajarannya.
3. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar dan para Wakil Dekan.
4. Bapak Dr. Siradjuddin, S.E.,M.Si dan Hasbiullah S.E.,M.Si selaku Ketua dan Sekertaris Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas segala kontribusi, bantuan, dan bimbingannya selama ini.
5. Terkhusus Bapak Dr. Siradjuddin, S.E.,M.Si selaku pembimbing I dan Bapak Drs. Thamrin Logawali, M.H selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktunya ditengah kesibukan untuk memberikan bimbingan, petunjuk, dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Terimakasih pula kepada Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Ekonomi yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menuntut ilmu di UIN Alauddin Makassar.
7. Seluruh Pegawai, Staf Akademik, Staf Perpustakaan, Staf Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang memberikan bantuan dalam proses penyelesaian ini.
8. Terimakasih kepada kawan-kawan Ilmu Ekonomi A 2014 yang tetap menunjukkan sikap kebersamaan selama 4 tahun. terimakasih banyak atas kebersamaan yang selama ini kita bangun dari awal perkuliahan

hingga sekarang telah menyelesaikan pendidikan, kebersamaan ini takkan terlupakan, kalian semua memang yang terbaik, semangat leting.

9. Terimakasih kepada saudara seperjuangan di RUMAH BELAJAR PARADOX, tempat menuntut ilmu yang sangat berharga dalam memotivasiku untuk senantiasa membaca dan menulis.
10. Kepada saudara saya kakak Indah Astuti, Jaelani, Kaisar Maldini, Dewi Artika Sari, dan keponakan tersayang Rangga dan Arka. Serta keluarga besar yang senantiasa membantu dalam hal moral dan moril.
11. Untuk saudara baruku KKN UIN Alauddin Makassar Angkatan 58 Desa Pa'rappunganta karena kebersamaannya selama 45 hari.
12. Keluarga besar HMI Cabang Gowa Raya terima kasih telah menjadi keluarga saya di kampus.
13. Terkhusus adik-adik saya di jurusan yang tidak pernah mengeluh dalam membantu saya untuk menyelesaikan penelitian ini (Nur Ainun Resky, Muhammad Syawal, Tasrif, Uliks, Aas, Ammar, dan Ilham).

Semoga Allah SWT selalu berkenan dan memberikan segala kebajikan kepada semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat bagi semua kalangan. Amin

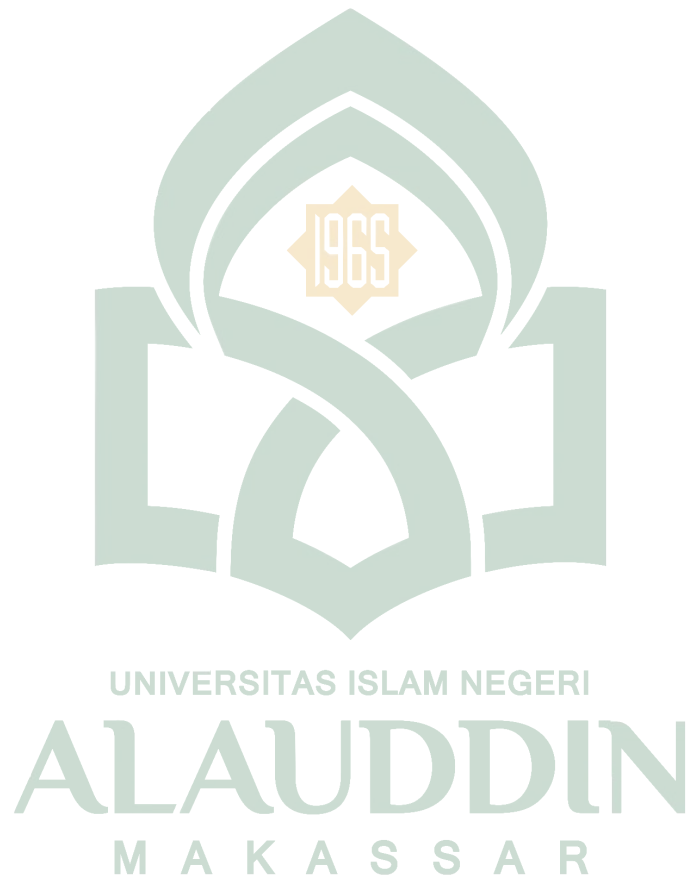
Samata, Juli 2018
Penulis,

Imam Wahyudi
NIM. 90300114012

DAFTAR ISI

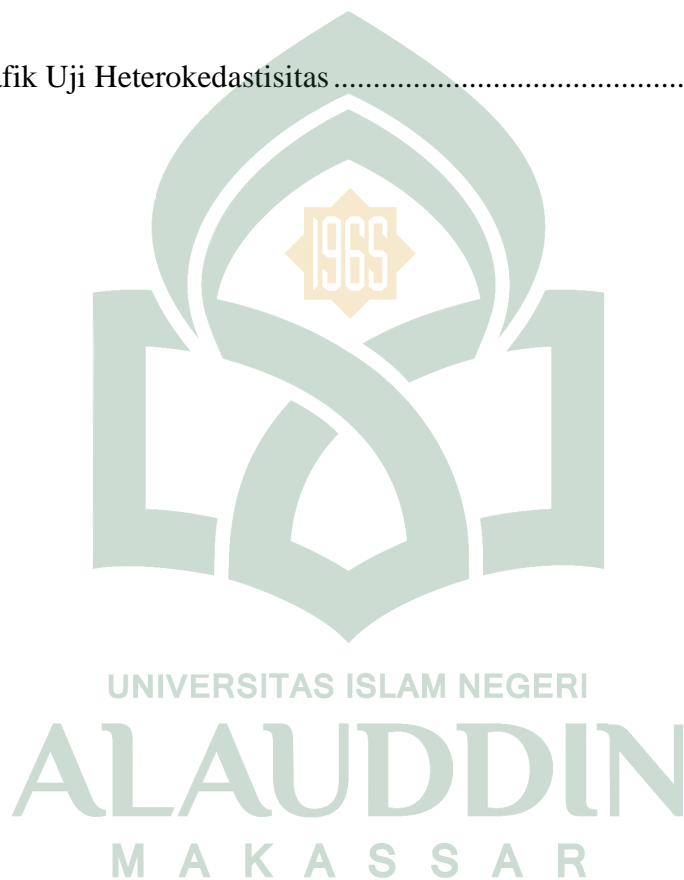
SAMPUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Hipotesis.....	12
D. Penelitian Terdahulu	13
E. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	16
BAB II TINJAUAN TEORITIS	18
A. Deskripsi Teori.....	18
B. Teori Pemilihan Lokasi	22
C. Pengelompokan Teori	29
D. Pemilihan Lokasi Usaha.....	30
E. Pemilihan Lokasi Usaha Jasa	34
F. Teori Kesuksesan Usaha	37
G. Kerangka Fikir.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A. Jenis dan Lokasi Penelitian	40
B. Sumber Data	41
C. Populasi dan Sampel	42
D. Metode Pengumpulan Data	43
E. Instrumen Penelitian.....	44
F. Metode Analisis Data	45
G. Definisi Operasional.....	51

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
A. Hasil Penelitian	52
E. Pembahasan	72
BAB V PENUTUP	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA.....	75



DAFTAR GAMBAR

No	Teks	Halaman
	Gambar 2.1 Skema Kerangka Pikir.....	39
	Gambar 4.1 Grafik Uji Normalitas.....	64
	Gambar 4.3 Grafik Uji Heterokedastisitas.....	67



DAFTAR TABEL

No	Teks	Halaman
Tabel 1.1	Data Penelitian Jenis Usaha Jasa Mikro-Kecil di Sekitar Kampus UIN Alauddin Makassar	10
Tabel 3.1	Sampel Penelitian Jenis Jasa Mikro-kecil di Sekitar Kampus UIN Alauddin Makassar	43
Tabel 4.1	Tanggapan Responden Terhadap indikator Biaya Lokasi	53
Tabel 4.2	Tanggapan Responden Terhadap Indikator Ketersediaan Fasilitas	54
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kedekatan Konsumen	55
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kesuksesan Usaha	56
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.6	Responden Berdasarkan Kelompok Usia.....	58
Tabel 4.7	Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	59
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Biaya Lokasi.....	60
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Ketersediaan Fasilitas.....	61
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Kedekatan Konsumen	61
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Kesuksesan Usaha	62
Tabel 4.12	Hasil Uji Realibilitas.....	63
Tabel 4.13	Hasil Uji Autokorelasi	65
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinieritas	66

Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Berganda	68
Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan.....	70
Tabel 4.17 Hasil Uji Determinasi.....	71



ABSTRAK

Nama Penyusun : Imam Wahyudi
NIM : 90300114012
**Judul Skripsi : Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi
Pemilihan Lokasi Dalam Kesuksesan Usaha Jasa
Mikro-Kecil di Sekitar Kampus UIN Alauddin
Makassar**

Pembahasan dalam penelitian ini tentang pengaruh pemilihan lokasi dalam kesuksesan usaha jasa mikro-kecil di sekitar kampus UIN Alauddin Makassar. Tujuan dalam penelitian ini untuk menganalisis (1) pengaruh biaya lokasi (2) pengaruh ketersediaan fasilitas (3) pengaruh kedekatan konsumen dalam kesuksesan usaha jasa mikro-kecil di sekitar kampus UIN Alauddin Makassar.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh dengan observasi. Teknik Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Biaya lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam kesuksesan usaha jasa mikro-kecil di sekitar kampus UIN Alauddin Makassar, (2) Ketersediaan fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam kesuksesan usaha jasa mikro-kecil di sekitar kampus UIN Alauddin Makassar, (3) Kedekatan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam kesuksesan usaha jasa mikro-kecil di sekitar kampus UIN Alauddin Makassar.

Implikasi penelitian ini adalah perlunya peningkatan kesadaran bagi para pemilik usaha jasa untuk memperhatikan berbagai faktor dengan jeli sebelum menentukan lokasi usahanya agar tidak menimbulkan kerugian.

**Kata Kunci : Biaya Lokasi, Ketersediaan Fasilitas, Kedekatan Konsumen,
dan Kesuksesan usaha**

BAB I

PENDAHULUAN

A. *Latar Belakang Masalah*

Para pengusaha menginginkan usaha yang dikelolanya menjadi sukses, beragam cara mereka tempuh demi keberlangsungan hidupnya, mereka memilih investasi yang bermacam-macam pada berbagai sektor. Seperti halnya membuka usaha mikro-kecil sektor jasa, sektor dagang, industri dan lain-lain. Tetapi, mereka terkadang melakukan beberapa kesalahan yang fatal, salah satunya adalah pemilihan lokasi yang tidak *efektif* dan *efisien*. Pemilihan lokasi untuk usaha tidak hanya diperuntukkan untuk usaha yang memiliki skala besar seperti industri, usaha mikro-kecil sektor jasa pun sangat membutuhkan itu karena merupakan salah satu modal awal untuk mengembangkan dan menyukseskan usaha.

Azizah (2010) kesempurnaan dalam pemilihan lokasi usaha, karena letak usaha dapat dijadikan salah satu strategi bisnis. Banyak faktor yang dianggap sebagai indikator kesempurnaan dalam pemilihan lokasi usaha. Sebagai contohnya, pemilihan lokasi usaha yang ditentukan sangat strategis di pusat kota, tetapi memiliki kompetitor (pesaing) yang banyak akan berpengaruh juga terhadap pendapatan usaha. Bukan cuman kompetitor saja, kedekatan dengan konsumen juga sangat perlu, beragam pertimbangan yang dilakukan dalam penentuan lokasi usaha ini. Dalam pemilihan lokasi, pengusaha harus memahami makna dari lokasi itu sendiri. Landasan dari lokasi adalah ruang, tanpa ruang maka tidak mungkin ada lokasi. Dalam studi tentang ekonomi wilayah dan perkotaan, yang dimaksud

dengan ruang adalah seluruh permukaan bumi baik yang ada diatasnya maupun yang ada dibawahnya sepanjang manusia biasa masih bisa menjangkaunya. Jadi bisa disimpulkan bahwa teori lokasi merupakan ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber daya yang langka. Sedangkan menurut Robinson Tarigan bahwa Teori lokasi adalah ilmu yang menyelediki tentang tata ruang (*spasial order*) kegiatan ekonomi. (Tarigan, 2005: 122).

Pemilihan lokasi menjadi masalah serius sebelum mendirikan usaha, terutama usaha mikro-kecil dan menengah karena beberapa faktor. Pertama, mengingat UMKM memiliki modal yang terbatas sehingga sulit mendapatkan lokasi strategis di pinggir jalan raya karena biaya sewa yang tinggi. Kedua, kurangnya peluang mendapatkan lokasi strategis karena sudah diisi oleh beberapa kios pengusaha yang lain. Ketiga, ada beberapa pengusaha mendapatkan lokasi di pinggir jalan tetapi kondisi lingkungan yang buruk membuatnya tidak menarik pelanggan, contohnya daerah yang rawan banjir. Hal ini menyebabkan mereka terpaksa memilih lokasi yang jauh dari akses jalan raya.

Kementrian Koperasi dan UMKM Tahun 2012 menyebutkan bahwa “usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berkembang saat ini terbagi menjadi beberapa kategori yaitu pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan, listrik, gas, air bersih, perdagangan, hotel, restoran, jasa-jasa swasta, dan industri pengolahan”. Penulis disini kemudian mencoba menspesifikasikan penelitian ini terkait usaha mikro-kecil pada kategori usaha jasa saja. Perkembangan usaha jasa mikro-kecil begitu nampak kita lihat perkembangannya beberapa tahun terakhir, terutama di sekitar lokasi pendidikan, seperti di sekitar sekolah menengah, kampus negeri maupun swasta karena banyaknya konsumen yang berkumpul pada

suatu tempat menjadi penarik perhatian para pengusaha mikro-kecil sektor jasa ini, hal ini sejalan dengan teori Losch bahwa pemilihan lokasi berdasarkan tingginya konsentrasi permintaan. salah satu contohnya menjamurnya usaha jasa mikro-kecil di sekitar kampus UIN Alauddin Makassar.

UIN Alauddin Makassar adalah salah satu kampus negeri terbesar di Sulawesi Selatan, puluhan ribu mahasiswa mengenyam pendidikan disini dan calon mahasiswa akan berdatangan setiap tahunnya, berdasarkan hal inilah kehadiran UIN Alauddin Makassar memiliki dampak positif bagi para pengusaha jasa mikro-kecil di Kabupaten Gowa Kecamatan Somba Opu Kelurahan Romang Polong menjadi titik terang bagi para pengusaha untuk melancarkan strateginya dan mendirikan usahanya disana. Sepanjang jalan menuju kampus UIN Alauddin Makassar sudah dipadati oleh kios-kios para pengusaha, termasuk kios dari pemilik usaha mikro-kecil sektor jasa walaupun dengan tidak elok untuk dilihat karena beberapa pembangunan yang sangat padat serta tidak sistematis. Pemilihan lokasi untuk usaha jasa di pinggir jalan raya dekat kampus sangat susah, karena dikenakan dengan biaya yang lumayan tinggi untuk usaha jasa mikro-kecil dengan modal terbatas, harga sewa lokasi berkisar Rp.500.000,00 sampai Rp.800.000,00. faktor inilah yang menyebabkan pengusaha jasa memaksakan lokasi usahanya disekitar kampus walaupun dengan harga sewa yang tinggi yang akan berdampak pada kelangsungan produksinya dan penetapan harga. Beberapa pengusaha tidak memiliki peluang mendapatkan lokasi di depan kampus, sehingga ada beberapa usaha didirikan di belakang kampus yang tidak memiliki akses jalan yang baik.

Pemilihan lokasi menjadi faktor kritis yang sangat penting supaya usaha yang dikelola dapat bersaing secara efektif, hal utama yang menjadi perhatian

adalah strategis, mudah untuk dijangkau dan beberapa hal yang menjadi pertimbangan. Tetapi, beberapa pengusaha sektor jasa yang mencoba peruntungan dengan cara mendirikan usaha jasa mikro-kecil sedekat mungkin di sekitar kampus, setelah usahanya beroperasi beberapa bulan ternyata mengalami hal yang tidak diinginkan yaitu gulung tikar atau merugi. Teori August Losch tentang pendirian lokasi berdasarkan konsentrasi permintaan yang tinggi atau kedekatan dengan konsumen tidaklah selalu menjamin keberhasilan usaha berdasarkan fakta di lapangan, ada banyak faktor yang menyebabkannya. Inilah kemudian yang akan dibahas dalam penelitian ini.

Francis (2009: 5) menjelaskan bahwa dalam melaksanakan kegiatan ekonomi, setiap pelaku ekonomi cenderung berpikir, bersikap atau mempunyai cara pandang, dan bertindak sesuai dengan prinsip ekonomi, yang efisien dan efektif. Dari cara pandang yang berbeda inilah sehingga memunculkan beragam cara demi kesuksesan usahanya. Karena tergiur dengan banyaknya konsumen di Kampus UIN Alauddin Makassar membuat beberapa pengusaha memilih lokasi tanpa mempertimbangkan beberapa faktor yang telah dikemukakan oleh beberapa ahli, sehingga beberapa bulan setelahnya perusahaan menghadapi masalah. Pengusaha yang lain memutuskan membeli atau menyewa tanah untuk lokasi usaha dengan harga yang tinggi, kemudian disadari bahwa kondisi tanah di lokasi tersebut jelek sehingga beberapa pengusaha harus mengeluarkan biaya yang tinggi dalam membangun fondasinya yang akan berpengaruh pada modal usaha, dan ada juga pengusaha memilih lokasi dengan memprioritaskan ketersediaan infrastruktur yang memadai.

Pemilihan lokasi yang tepat masih menjadi ambigu karena pada teori para ahli karena masing-masing teori memiliki pandangan berbeda karena konteksnya pula yang berbeda . Tetapi, beberapa pengusaha melakukan pemilihan lokasi ini berdasarkan pengetahuan empiris (pengalaman) dengan tujuan dan maksud untuk menghindari sebanyak mungkin efek-efek negatif yang mungkin timbul dan mendapatkan lokasi yang memiliki banyak dampak positif.

Sjafrizal (2012: 22) teori lokasi menjadi sangat penting dalam analisis ekonomi karena pemilihan lokasi yang tepat akan dapat memberikan penghematan cukup besar dalam ongkos angkut dan biaya produksi sehingga mendorong terjadinya efisiensi baik dalam bidang produksi maupun pemasaran. Penghematan dalam biaya produksi sangatlah penting terutama dalam hal ongkos angkut bagi usaha industri. Untuk biaya angkut dalam usaha jasa hanya berfokus pada proses pengambilan barang mentah untuk diproduksi, kemudian ditawarkan pada konsumen. Jika biaya transportasi untuk memperoleh barang mentah ini tinggi, akan berpengaruh pada total penerimaan. Misalnya dalam usaha industri, biaya yang dikeluarkan dalam ongkos angkut bernilai 10% dari harga produk. Jika harga produk Rp.100.000,00 maka ongkos angkutnya sama dengan Rp.10.000,00. Hal ini sangat berpengaruh pada *price* (harga) yang ditetapkan oleh produsen, oleh karenanya beberapa penelitian hadir untuk membahas teori pemilihan lokasi ini dengan tujuan menjelaskan beberapa faktor yang menjadi perhatian sebelum melakukan bisnis.

Lokasi Usaha juga tergolong ke dalam masalah fungsional disaat mendirikan usaha jasa mikro-kecil, selain lokasi berpengaruh terhadap *efisiensi* dan *efektivitas* kegiatan produksi, pemilihan lokasi usaha sektor jasa juga akan

mempengaruhi risiko dan keuntungan perusahaan tersebut secara keseluruhan, mengingat bahwa lokasi sangat mempengaruhi biaya tetap maupun biaya variabel, baik dalam jangka pendek, menengah maupun jangka panjang. Dalam situasi persaingan, faktor-faktor lokasi dapat menjadi faktor-faktor kritis yang membuatnya sangat penting. (Handoko, 2000: 65).

Faktor lokasi juga andil dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yang akan menunjang kesuksesan usaha. Jadi, pemilihan lokasi ini menjadi faktor yang sangat kritis dalam persaingan usaha untuk produk yang sama. Keputusan lokasi yang digunakan lagi-lagi bergantung kepada jenis bisnis apa yang akan dijalankan. Dalam keputusan lokasi industri, strategi yang digunakan biasanya adalah strategi untuk minimisasi biaya pengeluaran, sedangkan bisnis sektor eceran dan jasa profesional, strategi yang digunakan difokuskan pada tingginya tingkat laba. Dan pemilihan lokasi industri, pengusaha dituntut untuk meminimalkan ongkos angkut bahan baku ke perusahaan, distribusi produk ke pasar, harga upah tenaga kerja di daerah tersebut, dan aturan-aturan yang ditetapkan oleh pemerintah.

Pemilihan lokasi usaha sektor jasa dalam menentukan lokasi bisnisnya pada dasarnya memperhatikan kedekatan dengan konsumen, biaya lokasi, ketersediaan infrastruktur, tingkat keamanan, dan beberapa hal lainnya. Ada beberapa para pengusaha hanya terfokus pada lahan bisnis atau potensi konsumennya saja tanpa memperhitungkan dengan jeli faktor-faktor lain yang mempengaruhi kesuksesan usahanya. Hal-hal demikian, seperti strategi lokasi dalam pemilihan gudang juga sangat penting karena dapat mempengaruhi pendapat melalui kombinasi antara biaya dan kecepatan pengiriman. Jika

gudangnya jauh dari lokasi usaha dan pasar, maka yang akan terjadi biaya pengiriman yang tinggi dan waktu pengiriman yang lama. Secara umum, tujuan strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan (laba) bagi perusahaan.

Dalam melakukan usaha jasa seperti ini, mencari karunia Allah harus menjadi prioritas utama supaya kita beruntung. Seperti firman Allah SWT dalam QS. Al-Jumu'ah : 10.

فَإِذَا فُضِّيتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَادْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Terjemahnya :

Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.

Menurut Imam Jalaluddin (2006: 328), tafsiran dari QS. Al-Jumu'ah ayat 10 menunjukkan perintah untuk beribadah dan mencari rezeki (karunia Allah SWT) serta ingatlah Allah SWT dengan ingatan sebanyak-banyaknya supaya kalian beruntung. Dalam ayat diatas memiliki anjuran setelah beribadah dan memohon kepada Allah SWT, kita dituntut untuk bertebaran di muka bumi (mencari rezeki), banyak hal-hal yang bisa dilakukan dalam hal mencari rezeki salah satunya diawali dengan menentukan lokasi usaha supaya mencapai kesuksesan. Hubungan antara ayat di atas dengan pembahasan teori pemilihan lokasi dalam skripsi ini memiliki relevansi, karena kata bertebaranlah di muka bumi bisa dilakukan dengan banyak hal dengan cara menentukan lokasi usaha.

Kottler (1996: 165) berpendapat bahwa keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen terhadap barang atau jasa dipengaruhi oleh harga, produk, pelayanan, lokasi perusahaan. Banyak faktor yang mempengaruhi

keputusan pembelian terhadap barang atau jasa sesuai pendapat Kottler. Selain harga produk, kualitas produk, dan pelayanan, ternyata lokasi usaha juga berpengaruh keputusan pembelian. Pengusaha harus tanggap secara cepat terkait dengan keberlangsungan hidup usahanya. Lokasi menjadi salah satu alasan bagi konsumen dalam memutuskan pembelian untuk memenuhi kebutuhannya, adanya beberapa kesalahan seperti tidak terpenuhinya keempat hal yang disebutkan diatas dapat mengakibatkan perusahaan beroperasi dengan tidak *efisien* dan *efektif*.

Sedangkan Sjafrizal (2012: 23) mengemukakan faktor terpenting bagi suatu perusahaan mungkin faktor terpenting adalah ongkos angkut yang seminimum mungkin, kemudian melihat perbedaan upah antarwilayah, ada juga yang melihat keuntungan aglomerasi (*Agglomeration Economies*) karena harus terikat satu sama lainnya terkonsentrasi pada suatu tempat, konsentrasi permintaan karena dalam pemilihan lokasi kegiatan ekonomi harus melihat tempat yang memiliki konsentrasi permintaan yang tinggi, dan memperhatikan ada atau tidaknya kompetisi antarwilayah sehingga terjadi tingkat persaingan antarwilayah (*spasial competition*) yang dihadapi perusahaan dalam memasarkan hasil produksinya, tetapi mungkin yang lebih penting bagi perusahaan lain adalah dekat dengan sumber-sumber penyediaan bahan dan komponen.

Adapun pengusaha mempertimbangkan faktor lokasi dimana tersedia tenaga kerja yang mencukupi kebutuhan perusahaan, ataupun biaya transportasi yang sangat tinggi bila produk berat dan besar. Pemilihan lokasi untuk para pengusaha banyak berbeda karena beberapa alasan. Alasan utama terjadinya perbedaan dalam pemilihan lokasi adalah adanya perbedaan kebutuhan dan keinginan masing-masing perusahaan. Hal ini berarti pemilihan lokasi usaha

sangatlah subjektif tergantung bagaimana pertimbangan pemilik usaha dalam menentukan lokasi usahanya, hal inilah yang menyebabkan perbedaan. Kecermatan dalam pemilihan lokasi usaha jasa bukan saja berfikir untuk strategisnya lokasi usaha, tetapi mereka juga harus berfikir untuk melakukan perluasan (*ekspansi*). Perluasan harus dilakukan oleh para pengusaha jika usahanya mulai lancar, tetapi awalnya harus memiliki lokasi yang baik dalam menentukan ekspansi dalam jangka panjang. Perusahaan berskala kecil berdiri di sebuah lokasi yang strategis dan memperluas operasinya sehingga berkembang dan berskala lebih besar. (Marwoto dan Herlambang, 2014: 123).

Sebelum melakukan ekspansi, usaha jenis jasa dituntut untuk memelihara hubungan dengan konsumen karena adanya fenomena bisnis dimana usaha jasa selalu mendekat kepada konsumennya dengan harapan usaha jasa tersebut dapat meningkatkan perputaran bisnis usahanya sehingga dapat memperoleh pendapatan yang lebih besar, sehingga bisa melakukan ekspansi. Pendapat ini merujuk pada lokasi usaha yang harus dekat dengan konsumen.

UIN Alauddin Makassar adalah salah satu kampus besar di Sulawesi selatan. Puluhan ribu mahasiswa mengenyam pendidikan di dalamnya, hal inilah menjadi magnet bagi para pengusaha jasa karena memiliki potensi pasar yang besar. Oleh karenanya, banyak pemilik usaha jasa berusaha berlomba untuk memperoleh lokasi usaha untuk sedekat mungkin dengan kampus UIN Alauddin Makassar. Kedekatan dengan konsumen tidak menjadi hal begitu menjamin untuk kelancaran usaha jasa, kenyataan yang terjadi di lapangan, ada beberapa usaha jasa mikro-kecil di sekitar kampus UIN Alauddin Makassar yang mengalami kerugian karena beberapa faktor yang mempengaruhinya seperti diutarakan

sebelumnya. Peneliti melihat bahwa ada beberapa hal yang mengakibatkannya, salah satunya mereka terlalu banyak berharap kepada konsentrasi permintaan dari mahasiswa yang akan menjadi lahan bisnis bagi para pengusaha dan tidak menyadari ternyata ada beberapa faktor yang lebih penting, tetapi sebelumnya tidak dipertimbangkan oleh para pengusaha ini, hasilnya beberapa perusahaan menjadi rugi atau gulung tikar.

Tabel 1.1

Jenis Usaha Jasa yang Berada di Sekitar Kampus UIN Alauddin Makassar
Kelurahan Romang Polong Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa

Jenis	Jumlah
Pengetikan	25
Salon	3
Bengkel	8
Cuci Motor dan Mobil	2
Jasa Persewaan	4
Laundry	7
Counter	21
Service Laptop	15
Jasa Jahit	5
Desain	6
Kursus	2
Total	98

Sumber Data : Diolah

Tabel diatas, dapat dilihat bahwa keberadaan UIN Alauddin Makassar di Jalan H.M.Yasin Limpo menjadi angin segar dan magnet bagi para pengusaha khususnya usaha jasa mikro-kecil untuk membuka usaha di sekitaran kampus. Sebanyak 98 usaha jasa mikro-kecil yang menjalankan usahanya dengan sasaran utamanya adalah mahasiswa UIN Alauddin Makassar, usaha jasa mikro maupun usaha jasa kecil terus mengalami perkembangan dari masa ke masa, peneliti melihat beberapa lahan sudah dibangun kios oleh para pengusaha jasa. Mereka

memilih lokasi yang menurutnya sangat strategis dan menawarkan jasa yang sangat dibutuhkan oleh para mahasiswa dan mahasiswi UIN Alauddin Makassar.

Kehadiran UIN Alauddin Makassar di Jalan H.M.Yasin Limpo sangat membantu pengusaha, para pemilik tanah, masyarakat dan para pencari kerja. Inilah yang disebut sebagai *eksternalitas* bersifat positif. Bagi para pelaku usaha mikro-kecil akan berdampak positif pada minimnya dampak sosial dari krisis ekonomi khususnya melalui para pelaku usaha, dengan hal ini maka pengangguran sedikit banyak dapat tertolong dan implikasinya adalah juga dalam hal pendapatan karena para pengusaha kemudian memanfaatkan keuntungan dari lokasi usahanya. Proses penentuan seseorang akan berbelanja terlihat dari faktor lokasi dan harga akan menentukan. (Tjiptono, 2002: 41).

Kehadiran usaha jasa di sekitar kampus UIN Alauddin Makassar yang semakin menjamur akan menyebabkan tata ruang yang tidak teratur, terjadi juga persebaran penduduk yang padat dan tidak merata. ketersediaan infrastruktur yang memadai juga perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha. Bagi usaha jasa pengetikan dan service laptop, ketersediaan listrik merupakan hal pokok bagi jalannya kegiatan bisnis, karena ketika listrik padam maka otomatis kegiatan bisnis usaha-usaha tersebut terhenti. Ketersediaan air menjadi kebutuhan pokok bagi usaha jasa pencucian motor, sedangkan bagi usaha laundry dan salon, ketersediaan listrik dan juga air menjadi hal penting dalam menunjang kegiatan bisnis. Faktor pemilihan lokasi usaha tidak hanya didasarkan pada faktor kedekatan dengan target konsumen dan kedekatan dengan infrastruktur, terdapat faktor-faktor lainnya seperti harga sewa tanah, keamanan, pajak dari pemerintah, akses lahan parkir, dan kondisi lingkungan yang menjadi pertimbangan pemilik

usaha jasa berskala mikro-kecil yang berada disekitar kampus UIN Alauddin Makassar dalam memilih lokasi usahanya yang pada akhirnya dapat mengantarkan usaha tersebut pada kesuksesan usaha atau sebaliknya mengalami kerugian, maka dari itulah dibutuhkan penelitian dalam menjawab hal tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, bisa dikatakan bahwa terdapat ada beberapa faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi, inilah yang menjadi dasar atau alasan untuk melakukan penelitian dengan judul *“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Dalam Kesuksesan Usaha Jasa Mikro-Kecil Di Sekitar Kampus UIN Alauddin Makassar”*.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah biaya lokasi berpengaruh dalam kesuksesan usaha mikro-kecil di sekitar kampus UIN Alauddin Makassar ?
2. Apakah ketersediaan fasilitas berpengaruh dalam kesuksesan usaha mikro-kecil di sekitar kampus UIN Alauddin Makassar ?
3. Apakah kedekatan konsumen berpengaruh dalam kesuksesan usaha mikro-kecil di sekitar kampus UIN Alauddin Makassar ?

C. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah yang dibahas karena masih harus dibuktikan kebenarannya, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. H1 Biaya lokasi berpengaruh positif dan signifikan dalam kesuksesan usaha mikro-kecil di sekitar kampus UIN Alauddin Makassar.
2. H2 Ketersediaan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan dalam kesuksesan usaha mikro-kecil di sekitar kampus UIN Alauddin Makassar
3. H3 Kedekatan konsumen berpengaruh positif dan signifikan dalam kesuksesan usaha mikro-kecil di sekitar kampus UIN Alauddin Makassar.

D. Penelitian Terdahulu

Untuk memperjelas wilayah penelitian ini, maka penulis diharuskan untuk mengkaji ulang terlebih dahulu terhadap beberapa penelitian dengan objek yang hampir sama dengan penelitian ini sebagai landasan empiris. Setelah penulis melakukan beberapa kajian, dapat disimpulkan bahwa penelitian terdahulu inilah yang mendelati objek penelitian penulis.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Nurul Indarti (2004) yang berjudul *“Business Location and Success : The Case of Internet Café Business in Indonesia”*. Nurul Indarti kemudian menggunakan analisis regresi dan faktor untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha pada café di Indonesia, hasil yang ditunjukkan dengan menggunakan *mean rating*, menurut Nurul Indarti ada 5 faktor yang dapat mempengaruhi pemilihan lokasi. 5 faktor tersebut adalah ketersediaan IPS (*internet service provider*) yang memadai, kedekatan dengan konsumen, keamanan, ketersediaan infrastruktur yang memadai, dan lingkungan bisnis. Dalam hasil analisis regresi yang digunakannya terdapat 3 faktor yang memiliki pengaruh

paling besar yakni, ketersediaan infrastruktur, kedekatan dengan sekolah/universitas, dan keamanan. Dengan R square 23% nilai adjustednya.

Kemudian ada Martha A. O'Mara, dengan penelitiannya yang berjudul "*Strategic Drivers of location Decisions for information-Age Companies*". Dia memakai penelitian *sociology* dan menitikberatkan penggunaan *inductive reasoning* yang dapat disamakan dengan penelitian empiris. Untuk hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ketersediaan sarana prasarana, ketersediaan tenaga kerja, dan infrastruktur yang memadai mempengaruhi pemilihan lokasi. Peneliti menyarankan tren di masa depan dan implikasinya terhadap strategi perusahaan *real estate* dan perkembangan ekonomi dalam memilih lokasi usaha.

Ali Fathoni dengan penelitian yang berjudul "Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Terhadap Tingkat Penjualan Usaha Jasa Mikro Di kabupaten Lamongan". Ali Fathoni Menggunakan penelitian kuantitatif dengan tujuan mencari jawaban dari pertanyaan yaitu "apakah faktor kedekatan dengan infrastruktur, lingkungan bisnis, biaya lokasi berpengaruh secara parsial atau simultan terhadap tingkat penjualan usaha jasa skala mikro dan kecil di Desa Blimbing Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan ?". Pada penelitian ini menggunakan metode analisa data uji asumsi klasik, analisis regresi berganda uji validitas dan uji reliabilitas, dan uji goodness of fit. Hasil penelitiannya yaitu untuk semua variabel memiliki pengaruh secara simultan. Sedangkan hasil untuk pengujian parsialnya menyatakan bahwa variabel infrastruktur tidak berpengaruh secara parsial sedangkan variabel lingkungan bisnis dan biaya lokasi berpengaruh secara parsial. Dan variabel yang paling dominan dimiliki oleh variabel lingkungan bisnis. Dari hasil analisa tersebut dapat disimpulkan bahwa

infrastruktur tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan, sedangkan lingkungan bisnis dan biaya lokasi berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan. Berdasarkan kesimpulan diajukan saran kepada pengusaha agar lebih cermat dalam menentukan pemilihan lokasi guna meningkatkan tingkat penjualan yang diharapkan semua pengusaha.

Sedangkan penelitian dari Pradana Jaka Purnama, dengan judul “Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian” Setelah melakukan observasi dan melakukan penyusunan hipotesa, Pradana Jaka Purnama memperoleh data dari penyebaran 100 konsumen yang berbelanja di Toko Murah di Sukoharjo. Data yang diperoleh dengan menggunakan *purposive sampling*, kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis data secara kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas untuk pengujian questioner, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t (parsial) dan uji F (simultan), serta analisis koefisien determinasi (R^2). Analisis kualitatif merupakan interpretasi dari data-data yang diperoleh dalam penelitian serta hasil pengolahan data yang sudah dilaksanakan dengan memberi keterangan dan penjelasan. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa koefisien determinasi yang terlihat pada nilai Adjusted R Square sebesar 0,636 yang berarti bahwa keputusan pembelian pengaruhnya dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam penelitian ini yaitu produk, harga produk, dan lokasi usaha sebesar 63,6%, dan sisanya yaitu 36,4% dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Secara parsial berdasarkan hasil uji t variabel-variabel dalam penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan di mana produk yang memiliki pengaruh paling besar jika

dibandingkan dengan variabel lain dalam penelitian ini, sedangkan harga memiliki pengaruh paling rendah terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel dalam penelitian ini yaitu produk, harga, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, untuk meningkatkan keputusan pembelian dapat dilakukan dengan cara meningkatkan keragaman produk, penetapan harga yang bersaing, dan pemilihan lokasi yang strategis.

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menganalisis pengaruh biaya lokasi dalam kesuksesan usaha jasa mikro-kecil di sekitar kampus UIN Alauddin Makassar
- b. Untuk menganalisis pengaruh ketersediaan fasilitas dalam kesuksesan usaha jasa mikro-kecil di sekitar kampus UIN Alauddin Makassar.
- c. Untuk menganalisis pengaruh kedekatan konsumen dalam kesuksesan usaha jasa mikro-kecil di sekitar kampus UIN Alauddin Makassar.

2. Manfaat penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh banyak orang, adapun hal yang hendak dicapai sebagai berikut

- a. Manfaat ilmiah: dengan adanya penelitian ini semoga dapat menambah wawasan pembaca mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi, terutama dalam pemilihan lokasi usaha sektor jasa.

- b. Manfaat praktis: dengan penelitian ini, diharapkan para masyarakat dan pelajar dapat menjadikan referensi baru pada masa yang akan datang.



BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. Diskripsi Teori

1. Definisi Lokasi

Swastha (2002: 24) Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha itu dilakukan. Sebelum jauh membahas tentang teori-teori lokasi, perlu diketahui dahulu definisi dari lokasi itu sendiri. Jadi Lokasi merupakan tempat dimana perusahaan melakukan kegiatan bisnis. Kedudukan perusahaan berbeda dengan lokasi perusahaan, keputusan yang tidak tepat dapat mengakibatkan kegagalan dalam usaha. Pemilihan lokasi dalam berbisnis menjadi suatu keputusan sangat penting pada bisnis dengan tujuan mengajak pelanggan untuk datang ke tempat usaha dalam memenuhi kebutuhannya. Lokasi usaha menjadi pemacu biaya yang begitu signifikan, lokasi usaha sepenuhnya memiliki kekuatan untuk membuat atau menghancurkan strategi bisnis sebuah usaha. Ada baiknya kita mengetahui kaitan tentang teori lokasi dan ilmu ekonomi serta perkembangannya. Teori lokasi berasal dari ekonomi regional. Ilmu ekonomi regional atau ilmu ekonomi wilayah adalah suatu cabang dari ilmu ekonomi yang dalam pembahasannya memasukkan unsur perbedaan potensi satu wilayah dengan wilayah yang lain. Ilmu ekonomi wilayah tidak membahas kegiatan individual melainkan menganalisis suatu wilayah secara keseluruhan atau melihat berbagai wilayah dengan potensinya yang beragam dan bagaimana mengatur suatu kebijakan yang dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi seluruh wilayah. Ilmu

ekonomi regional termasuk salah satu cabang yang baru dari ilmu ekonomi. Pemikiran ke arah ekonomi regional dicetuskan oleh Von Thunen. Seperti itulah persinggungan teori lokasi dengan ilmu ekonomi.

Sedangkan Fandy Tjiptono (2003: 304) menjelaskan pula bahwa lokasi usaha adalah tempat perusahaan beroperasi melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Disini dijelaskan bahwa lokasi usaha adalah suatu wadah dalam melakukan pengoperasian usaha dalam menghasilkan barang dan jasa untuk mencapai keuntungan.

2. Definisi Usaha Jasa Mikro-kecil

a. Usaha Jasa

Jasa adalah tindakan dalam bentuk pelayanan yang ditawarkan produsen kepada konsumen dengan proses terkait dengan produk fisik, kinerja pada dasarnya tidak nyata dan biasanya tidak menghasilkan kepemilikan atas faktor-faktor produksi. Jasa juga bisa diartikan sebagai kegiatan ekonomi yang menciptakan dan memberikan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu, sebagai hasil dari tindakan yang mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri dan atau atas nama penerima jasa tersebut. (Lovelock, 2005:11).

Usaha jasa juga dapat diartikan sebagai suatu kegiatannya memproduksi produk yang tidak berwujud dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan atau laba. Tetapi perusahaan jasa harus memiliki produk fisik atau yang berwujud untuk melakukan produksinya. Misalnya seperti usaha jasa jahit yang menawarkan jasa jahit kepada konsumen, jadi disini tukang jahit harus memiliki alat produksi berupa mesin jahit untuk memenuhi pesanan konsumen.

b. Usaha Mikro–kecil

Berdasarkan ketentuan pasal 1 dan pasal 6 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dengan definisi bahwa usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria: 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50,000,000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300,000,000,00. Sesuai pasal 1 dan pasal 6 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagiannya baik secara langsung maupun secara tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50,000,000,00 hingga Rp. 500,000,000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki hasil penjualan setiap tahunnya diperoleh lebih dari Rp. 300,000,000,00 hingga mencapai angka Rp. 2,500,000,000,00.

Usaha mikro, kecil, menengah dapat dijelaskan sebagai kegiatan bisnis dalam satu perusahaan yang bergerak dalam bidang industri, pertanian atau perkebunan, jasa, koperasi, maupun korporasi yang didasarkan pada jumlah aset. Menurut Munawir (2007:30) aset adalah sarana atau sumber daya yang memiliki nilai ekonomi yang mampu menunjang perusahaan dalam harga perolehnya atau nilai wajarnya harus diukur secara objektif. Jadi lewat aset inilah suatu usaha bisa dikategorikan dalam 3 kelompok, tetapi aset tersebut tidak termasuk pinjaman akan tetapi hak-hak kepemilikan seperti bangunan, tanah, dan alat-alat produksi.

Berikut ini adalah karakteristik perusahaan sektor usaha kreatif itu jika dikelompokkan menurut asetnya:

- 1) Mikro-Kecil: Sektor ini memiliki aset sampai dengan Rp. 50,000,000,00 dan dengan menghasilkan pemasukan setiap tahunnya sampai dengan Rp.500,000,000,00.
- 2) Menengah: Sektor usaha menengah ini memiliki aset dari kisaran Rp.500,000,000,00 sampai dengan Rp. 10,000,000,000,00. Sedangkan untuk pendapatan tahunan penjualan mereka berkisar dengan angka mulai dari Rp. 2,500,000,000,00 sampai Rp. 50,000,000,000,00.
- 3) Besar: Aset sektor usaha ini diatas Rp. 10,000,000,000,00 dan pendapatan mereka berada di atas angka Rp. 50,000,000,000,00.

Diluar daripada penghitungan aset, ternyata sebuah usaha bisa diklasifikasikan berdasarkan jumlah karyawan Sektor usaha mikro, kecil dan menengah memiliki jumlah pegawai yang beragam, berikut ini adalah ulasan singkatnya:

- a) Mikro-Kecil : 1 - 99 karyawan.
- b) Menengah : 100 - 199 karyawan.
- c) Besar : lebih dari 200 karyawan.

Jadi usaha jasa mikro kecil adalah suatu aktivitas bisnis yang bergerak dibidang jasa yang berskala kecil dimana sektor usaha ini memiliki aset dengan kisaran nilai Rp.50,000,000,00 sampai Rp.500,000,000,00 sedangkan pemasukan tahunan berkisar dengan nilai dimulai dari Rp.300,000,000,00 juta sampai dengan Rp.2,500,000,000,00 miliar. Jumlah karyawannya hanya 10-99 orang. Contohnya

seperti Jasa *fotocopy*, salon kecantikan, *laundry*, persewaan, dan lain-lain. Jasa sendiri mengharuskan adanya keterlibatan pelanggan pada produksi jasa tersebut.

3. Definisi Kesuksesan Usaha

Menurut Erlich (2007: 49) menjelaskan bahwa suatu usaha dikatakan berhasil di dalam usahanya apabila setelah jangka waktu tertentu usaha tersebut mengalami peningkatan baik dalam permodalan, skala usaha, hasil atau laba, jenis usaha atau pengelolaan. Banyak cara yang digunakan orang dalam menentukan kesuksesan usaha, berbagai parameter yang ditempuh untuk menjustifikasi apakah usaha itu berhasil atau tidak. Bukan hanya itu saja, kesuksesan usaha pun bisa kita lihat pada satu kondisi pengusaha mencapai targetnya, dapat disimpulkan bahwa kesuksesan suatu usaha jika pengusaha telah mencapai tujuannya dengan dedikasi yang tinggi, pelayan yang baik, produksi yang berkualitas, dan tentu saja dengan profit yang tinggi.

C. Teori Pemilihan Lokasi

Teori lokasi merupakan konsep ilmiah dengan cakupan analisis yang cukup luas meliputi beberapa sektor kegiatan ekonomi dan sosial. Cakupan utama analisis adalah menyangkut dengan analisis lokasi kegiatan ekonomi, terutama kegiatan industri pengolahan (manufaktur) dan jasa. Faktor lokasi yang dibahas dalam hal ini mencakup ongkos angkut baik untuk bahan baku maupun hasil produksi, perbedaan upah buruh, keuntungan aglomerasi, konsentrasi permintaan dan persaingan antar tempat.

Secara empiris, teori lokasi telah hadir pada awal abad ke 19, karena pada saat itu dapat dilihat bahwa kota menjadi pusat pengadaan dan pelayanan barang dan jasa.

1. Teori sistem $K = 3$

Tarigan (2005: 123) menjelaskan bahwa tokoh pencetus teori sistem $K = 3$ adalah Walter Christaller pada tahun 1933, ia menulis buku yang kemudian diterjemahkan dalam bahasa Inggris yang berjudul *Central Place in Southern Germany* (diterjemahkan oleh C.W. Baski pada tahun 1966). Christaller kemudian menjelaskan bagaimana sebenarnya susunan dari besaran kota, jumlah kota, dan distribusinya didalam sebuah wilayah dalam teorinya. Untuk memahami teori sistem $K = 3$ ini, kita perlu memahami kata kuncinya yaitu *range* (jarak) dan *threshold* (luas pasar minimal).

Contohnya di Kota Makassar hanya ada satu perusahaan yang memproduksi mie instan dengan harga pasar Rp2500,00 per bungkus, disaat yang bersamaan pada suatu kondisi sosial tertentu masyarakat di Kota Makassar semuanya membutuhkan mie instan dengan menetapkan biaya Rp10000,00 untuk pembelian mie instan. Pada peristiwa seperti ini bisa kita lihat bahwa masyarakat yang berdekatan dengan produsen mie instan bisa menikmati 4 mie instan setiap harinya, tetapi bagaimana dengan masyarakat yang jauh dari produsen mie instan ini. Tentunya mereka harus mengurangi biayanya untuk membeli mie instan karena harus dibayarkan pada biaya transportasi. Jadi seperti itu penggambaran *range* dari Christaller, *range* sebuah perusahaan memiliki batas.

Saat seperti itulah terkadang hadir kompetitor baru untuk menjual barang yang sama tetapi pada *range* yang tidak tersentuh oleh produsen sebelumnya dan

akan terus dilakukan oleh kompetitor yang lain, hal ini menjadi perhatian dari Christaller bagi pengusaha yang ingin membuka usaha, mereka harus memperhitungkan *range* pasar. model Christaller ini merupakan suatu sistem geometri di mana angka 3, namun dia kemudian terus mengembangkannya menjadi $K = 5$ sampai $K = 7$ yang ditetapkan secara arbiter memiliki peran yang sangat berarti. (Tarigan, 2005: 124).

2. Teori Model Von Thunen

Johann Heinrich Von Thunen adalah tokoh ekonom muda yang mencetuskan teori ini, dia adalah seorang ekonom bermazhab klasik pada abad ke-19 di Jerman. Von Thunen menulis buku yang berjudul *Der Isolierte Staat in Beziehung auf Land Wirtschaft* pada tahun 1826. Menurutnya, lokasi usaha hadir sebagai variabel dependen yang memiliki pengaruh besar terhadap variabel lain termasuk ekonomi, sosial, dan budaya.

Von Thunen (Tarigan 2005 : 138) membuat asumsi sebagai berikut ini :

- a. Wilayah analisis bersifat terisolir (*isolated state*) sehingga tidak terdapat pengaruh pasar dari kota lain.
- b. Tipe pemukiman adalah padat di pusat wilayah (pusat pasar) dan makin kurang padat apabila menjauh dari pusat wilayah.
- c. Seluruh wilayah model memiliki iklim, tanah, dan topografi yang seragam.
- d. Fasilitas pengangkutan adalah primitif (sesuai pada zamannya) dan relatif seragam. Ongkos ditentukan oleh berat barang yang dibawa.
- e. Kecuali perbedaan jarak ke pasar, semua faktor alamiah yang mempengaruhi penggunaan tanah adalah seragam dan konstan.

Dari asumsi Von Thunen dapat dilihat bahwa yang dibahas dalam teori ini adalah lokasi pertanian dengan cara membandingkan hubungan biaya produksi, harga pasar dan biaya transportasi. Petani yang dari desa harus menempuh jarak yang jauh untuk sampai di kota dalam melakukan kegiatan ekonomi, khususnya menjual barang dagangannya. Tetapi karena biaya transportasi yang tinggi mempengaruhi secara langsung kondisi ekonomi petani dari desa, mereka kemudian memutuskan untuk menyewa lahan di dekat Kota supaya bisa menjual barang dengan harga tinggi tanpa harus mengeluarkan ongkos angkut yang tinggi. Pada situasi seperti ini harus diketahui bahwa kegiatan ekonomi berpusat di Kota sehingga orang yang berasal dari desa dirugikan dengan jarak yang jauh, disinilah Von Thunen kemudian melihatnya sebagai satu masalah yang sangat serius dan menanggapihnya dengan bijak.

3. Teori lokasi biaya minimum Weber

Alfred Webber (Tarigan, 2005: 140) adalah seorang ahli ekonomi, sosiologis, dan geografis yang berasal dari Jerman. Webber hadir dalam mengemukakan teori lokasi pada awal abad ke-20 tepatnya di tahun 1909, Weber dan Von Thunen masing-masing mengemukakan teori lokasi usaha tetapi dengan objek yang berbeda. Jikalau Von Thunen menekankan pada pertanian, maka Alfred Webber menekankan teorinya pada lokasi industri atas prinsip minimisasi biaya. Teori Webber dikenal sebagai *Least Cost Theory* (teori prinsip biaya minimum), biaya minimum yang dimaksud oleh Webber adalah hasil tambah dari total biaya transportasi dan tenaga kerja dengan hasil nilai tambah yang minimum. Menurut Webber, hal utama yang harus diperhatikan dalam pola lokasi adalah biaya transportasi, kemudian penggunaan tenaga kerja, dan terakhir adalah

keuntungan aglomerasi. Walaupun keuntungan aglomerasi ini merupakan *power* selanjutnya yang berpengaruh dalam menciptakan konsentrasi atau pemencaran berbagai kegiatan dalam ruang, yang dimaksud dengan keuntungan aglomerasi adalah keuntungan diperoleh dengan diadakannya pemusatan penduduk yang berdampak pada tingkat kepadatan yang tinggi, disinilah memungkinkan suatu kegiatan ekonomi memanfaatkan kepadatan penduduk sebagai daerah pemasaran dan pelayanan dengan *range* wilayah kecil. Pada kondisi seperti inilah efisiensi akan meningkat dalam proses produksi dalam hal pengangkutan barang maupun pengadaan sarana umum.

4. Teori Lokasi Pendekatan Pasar Losch

August Losch (Tarigan, 2005: 145) dalam teorinya mencoba melihat permasalahan dari sisi yang berbeda dengan beberapa tokoh ekonom sebelumnya, Losch memusatkan perhatiannya pada permintaan pasar. August Losch adalah tokoh ekonom pertama yang turut andil dalam perkembangan teori lokasi dengan melihat segi permintaan sebagai variabel utamanya sehingga teori ini disebut sebagai Teori Lokasi Market Area. Sangat jelas berbeda dengan teori Alfred Webber yang melihat persoalan ini pada sisi produksi dengan asumsi bahwa semua barang akan laku terjual, Losch menekankan bahwa lokasi penjual sangatlah berpengaruh terhadap konsumen yang digarapnya. Seorang konsumen tidak mungkin akan membeli barang dengan jarak ke penjual 8 km karena ada penjual barang yang sama dengan jarak 1 km, mereka akan memilih yang lebih dekat untuk lebih efisien dalam kegiatan ekonominya, pandangan August Losch mengikuti pandangan Christaller .

Sjafrizal (2008) mengutarakan asumsi dasar dari Teori Lokasi Market Area sebagai berikut :

- a. Konsumen tersebar secara relative merata antar tempat, artinya teori ini cocok diberlakukan di daerah perkotaan dimana konsentrasi penduduk dan industri relatif merata dibandingkan dengan daerah pedesaan atau pedalaman.
- b. Produk homogeny, sehingga persaingan akan sangat ditentukan oleh harga dan ongkos angkut.
- c. Ongkos angkut per satuan jarak (ton/km) adalah sama (*No Economies of long haul*).
- d. Konsumen bersifat rasional, yaitu melakukan pembelian pada lokasi pasar yang dekat dengan tempat tinggal.

Atas dasar asumsi seperti diataslah sehingga August Losch cenderung menyarankan kepada pengusaha untuk membuka usahanya di dekat pasar.

5. Teori Lokasi Memaksimumkan Laba

Teori lokasi ini diperkenalkan oleh D.M. Smith (Tarigan, 2005:148) dengan penjelasan konsep biaya rata-rata (*average cost*) dan konsep penerimaan rata-rata (*average revenue*) dalam pemilihan lokasi. Teori Lokasi Memaksimumkan Laba ini seakan-akan menjadi antitesa dari teori Alfred Webber yang memfokuskan pada titik produksi dan August Losch yang menitik beratkan pada aspek permintaan, kedua pandangan ini kemudian digabungkan ke dalam teori memaksimumkan laba, Permasalahan inilah yang kemudian diselesaikan D.M. Smith dengan menggunakan konsep *average cost* dan *average revenue* yang memiliki hubungan dengan lokasi. Mc. Grone berpendapat bahwa teori

memaksimumkan laba ini sangatlah sulit dikarenakan berada dalam keadaan yang tidak pasti yang tinggi dalam analisis dinamik.

Tarigan (2005: 150) menyatakan bahwa ketidak sempurnaan pengetahuan dan ketidakpastian biaya dan pendapatan di masa depan pada tiap lokasi, biaya relokasi yang tinggi, preferensi personal, dan pertimbangan lain membuat model maksimisasi keuntungan lokasi sulit dioperasikan. Lokasi usaha tidak mesti berada disekitar pasar, karena dengan pertimbangan bahwa biaya sewa tanah yang semakin mahal, produsen yang lain bisa memasarkan produknya dengan cara mendatangi pengecer/konsumen, disisi lain produksi barang dibatasi untuk wilayah di perkotaan. Dari pertimbangan hal inilah muncul pemecahan dari D.M. Smith walaupun banyak menuai kritikan terutama dari Mc. Grone.

6. Teori model gravitasi sebagai faktor penting penentu lokasi

Model gravitasi menunjukkan relasi antara potensi yang terdapat pada penduduk yang melakukan pergerakan dari satu wilayah ke wilayah yang lain, model inilah yang sering dijadikan sebagai alat untuk melihat satu keadaan apakah lokasi berbagai fasilitas untuk umum sudah ada pada tempat yang benar, ataukah jika satu daerah hendak mendirikan satu fasilitas umum yang baru, maka bisa menggunakan teori model gravitasi ini. Jadi model gravitasi merupakan teori yang memiliki fungsi ganda, sisi lain dijadikan sebagai acuan dalam perencanaan pembangunan, dan disisi lain pula dijadikan alat untuk penentu lokasi usaha.

Kita perlu melihat kisaran migrasi ke sebuah daerah khususnya kota, misalnya Makassar yang dipenuhi banyak penduduk sehingga menyebabkan kepadatan penduduk, banyaknya migrasi yang masuk menunjukkan bahwa Makassar merupakan kota yang besar. Dengan model inilah kita menggunakan

teknik matematika dalam menemukan pusat lokasi distribusi karena akan meminimisasi biaya distribusi bagi produsen. Setelah melihat potensi konsumen sangat besar di Kota Makassar dengan menggunakan model gravitasi ini, maka Makassar akan menjadi target utama bagi para pengusaha.

7. Teori pemilihan lokasi kegiatan industri secara komprehensif

Tarigan (2005: 150) Banyak teori yang bisa digunakan dalam menentukan lokasi usaha. Tetapi, tidak ada satupun teori yang bisa menetapkan letak lokasi industri skala besar dikarenakan banyak sekali faktor-faktor yang menyebabkannya. Misalnya, jika lokasi industri di dekat pasar sesuai teori August Losch yang hanya melihat potensi permintaan. Jikalau untuk industri dengan skala besar wajib melihat beberapa hal seperti kebijakan pemerintah daerah, regulasi, tenaga kerja, bahan baku, infrastruktur, dan keamanan.

Pengusaha harus piawai dalam menentukan lokasi usaha industrinya ini karena memiliki dampak jangka panjang nantinya, pembangunan tempat produksi maupu gudang untuk industri skala besar membutuhkan biaya yang sangat besar, jika pemilihan lokasinya salah maka perusahaan akan mengalami kerugian. Disaat seperti inilah teori-teori pemilihan lokasi perlu digabung untuk dijadikan satu pisau analisa dalam mengkaji persoalan lokasi.

D. Pengelompokan Teori Lokasi

Pada pembahasan sebelumnya telah dijabarkan teori-teori yang telah dikemukakan oleh beberapa tokoh ekonom, disini kemudian akan dilakukan pengelompokan teori lokasi sebagai berikut :

1. *Bid-Rent Theories*, yaitu kelompok teori lokasi yang mendasarkan analisis pemilihan lokasi kegiatan ekonomi pada kemampuan membayar sewa tanah (*bid-rent*) yang berbeda dengan harga pasar sewa tanah (*land-rent*). Sjafrizal (Von Thunen 2012 : 28).
2. *Least Cost Theories*, adalah kelompok teori lokasi yang mendasarkan analisisnya teorinya pada pemilihan lokasi kegiatan industry yang didasarkan pada prinsip biaya minimum (*least cost*). Sjafrizal (Alfred Webber, 2012 : 28).
3. *Market Area Theories*, yaitu kelompok teori lokasi yang mendasarkan analisis pemilihan lokasinya kegiatan ekonomi pada prinsip luas pasar (*market area*) terbesar yang dapat dikuasai perusahaan. Sjafrizal (August Losch 2012: 29).

E. Pemilihan Lokasi Usaha

Dalam pemilihan lokasi usaha adalah hak dari pemilik usaha itu sendiri, tetapi para pengusaha perlu juga mengetahui hal-hal yang harus dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha supaya usaha yang digarap bisa mencapai kesuksesan. Pemilihan lokasi usaha merupakan salah satu keputusan bisnis yang harus dibuat secara hati-hati.

Nurul Indarti (2004). Pembuatan keputusan merujuk pada banyak hal salah satunya faktor empiris, pengusaha akan menentukan lokasi usahanya berdasarkan pengalaman. Kita mesti hati-hati dalam hal ini karena jika menggunakan empiris saja tidak cukup, zaman terus berkembang jangan sampai pengetahuan empiris itu sudah tidak relevan dengan zaman sekarang. Lokasi Usaha menjadi masalah

fungsi dalam mendirikan usaha, selain berpengaruh terhadap *efisiensi* dan *efektivitas* pada kegiatan produksi dan distribusi. Pemilihan lokasi usaha pada sektor jasa sangat mempengaruhi risiko dan keuntungan secara keseluruhan, mengingat lokasi sangat mempengaruhi biaya tetap (*fixed cost*) maupun biaya variabel (*variabel cost*), baik dalam jangka pendek, menengah maupun jangka panjang. Dalam situasi persaingan, faktor-faktor lokasi dapat menjadi faktor-faktor kritis yang membuatnya sangat penting. (Handoko, 2006: 65).

Seperti yang dikemukakan Renda dan Jay Heitzer (2001 : 33) bahwa seleksi lokasi untuk perusahaan barang atau manufaktur perlu lebih dekat ke bahan baku atau tenaga kerja, sedangkan untuk perusahaan jasa perlu lebih dekat dengan pelanggan. Persaingan dalam usaha jasa sangat ketat karena menawarkan layanan jasa yang homogen dan harga yang sama, jadi konsumen rasional akan memilih usaha yang lebih dekat dengan faktor efisien.

Ada juga pendapat yang mengatakan bahwa lokasi itu tidak perlu dengan pemberi jasa mendatangi konsumen dan pemberi jasa tidak bertemu langsung dengan konsumen, mereka menggunakan interaksi melalui sarana telepon. Hal ini dijelaskan oleh Lupiyoadi (2015: 13) bahwa :

1. Konsumen mendatangi pemberi jasa (perusahaan)

Apabila keadaannya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting.

Perusahaan sebaiknya memilih tempat dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau, dengan kata lain harus strategis.

2. Pemberi jasa mendatangi konsumen

Dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting, tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.

3. Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu langsung

Berarti service provider dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, computer, dan surat.

Apa yang dikemukakan Lupiyoadi pada poin b menurut penulis tidak sepenuhnya benar, karena jika pemberi jasa mendatangi konsumen ini akan berpengaruh pada biaya transportasi dan tidak efisien.

Sedangkan Harding (1976: 67) di dalam bukunya mengemukakan faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi yakni lingkungan masyarakat, sumber-sumber alam, tenaga kerja, pasar, transport, pembangkit tenaga, dan tanah untuk ekspansi. Lingkungan masyarakat adalah kesediaan dari masyarakat disuatu daerah untuk menerima segala konsekuensi baik konsekuensi positif maupun konsekuensi negatif daripada didirikannya suatu tempat usaha di daerah tersebut merupakan suatu syarat untuk dapat atau tidaknya didirikannya usaha tersebut di daerah itu. Perhatian terhadap sumber-sumber alam juga diperlukan karena andilnya sebagai bahan baku untuk usaha industri, kemudian tenaga kerja perlu pula dilihat sebelumnya apakah tenaga kerja tersedia di daerah tersebut dan upah untuk tenaga kerja yang tidak terlalu mahal, kedekatan dengan pasar sangatlah penting sesuai dengan teori pendekatan pasar oleh August Losch dimana menitikberatkan pada variabel permintaan, hal yang lain seperti transportasi juga menjadi faktor kritis, untuk pembangkit tenaga hanya dibutuhkan oleh usaha di sektor industri, dan tanah untuk ekspansi dibutuhkan untuk keberlangsungan hidup usaha yang dijalankannya.

Greenhut (Suryani 2015). Kombinasi antara kedua teori ini cukup memukau karena biaya lokasi yang meliputi biaya angkutan, biaya tenaga kerja,

dan biaya pengelolaan dihubungkan dengan permintaan, yaitu ketergantungan lokasi dan usaha untuk menguasai pasar. Hal ini berpengaruh pada penurunan biaya dan peningkatan pendapatan, tetapi tidak bisa dipungkiri bahwa faktor pibadilah yang justru berpengaruh terhadap penurunan biaya dan peningkatan pendapatan. Jadi Melvin Greenhut berusaha menyatukan teori lokasi biaya minimum dengan teori ketergantungan lokasi.

Hukum Reilly (Suryani : 2015). menyatakan bahwa “gravitasi usaha berurusan dengan seberapa besar daerah perkotaan menarik pelanggan dan melayani masyarakat”. Menurut Reilly lokasi perusahaan industri berkumpul pada beberapa titik, sedangkan jumlah industri yang termasuk dalam titik tersebut sebanding dengan luas pasar (jumlah penduduk), daerah perkotaan menjadi titik utama bagi para pengusaha industri sehingga hal ini akan berpengaruh terhadap aspek ekonomi perkotaan. Adanya pertumbuhan ekonomi dalam kota menyebabkan arga tanah dan sewa bangunan menjadi mahal. Oleh karenanya, para pengusaha juga perlu melihat bagaimana ketersediaan lahan yang ada, nantinya akan menjadi masalah jika hendak melakukan ekspansi (perluasan). Banyaknya populasi penduduk, tingginya angka kepadatan penduduk, dan karakteristik masyarakat menjadi faktor dalam mempertimbangkan suatu area perdagangan. Potensi ekonomi yang ada seperti sumber daya alam dan industri yang ada di daerah setempat, potensi pertumbuhan ekonomi, fluktuasi karena faktor musiman, serta fasilitas keuangan di daerah sekitar juga harus diperhatikan oleh pengusaha dalam memilih lokasi usahanya.

Ada juga perusahaan senang berdekatan dengan pesaingnya. Karena mereka bisa menjadikan tempat usaha dan sekitarnya sebagai pusat penjualan.

Trend seperti ini disebut sebagai clustering, sering terjadi jika sumber daya utama ditemukan di wilayah tersebut, sumber daya ini meliputi sumber daya alam, informasi, modal proyek, industri, dan perdagangan. Para konsumen tidak perlu lagi pusing mencari barang yang diperlukan karena sudah tersedia lengkap pada satu daerah. Contohnya saja jika warga di Makassar menginginkan suku cadang motor, mereka tidak perlu pusing karena di Jalan Veteran menjadi pusat penjualan alat suku cadang motor.

Alcacer (2004) menyatakan bahwa dengan lokasi yang berdekatan dengan pesaing usaha, perusahaan dapat melakukan strategi kompetisi total baik dalam kepemimpinan harga atau jasa lain yang diberikan. Pengusaha harus saling mengenali usaha lain dan bagaimana tingkat persaingan yang ada di daerah tersebut. Dalam penentuan lokasi usaha mempunyai banyak perspektif dari para ahli, tergantung bagaimana pengusaha dengan cerdas memakai perspektif mana yang telah disesuaikan dengan kondisi tertentu.

F. Pemilihan Lokasi Usaha Jasa

Beberapa penjelasan sebelumnya mencoba memberikan kepada kita gambaran pada kita tentang pemilihan lokasi pada usaha jasa. Penelitian-penelitian tersebut mencoba meneliti faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha jasa. Pemilihan lokasi usaha dapat dianggap sebagai suatu keputusan yang memiliki tujuan penting, misalnya untuk mempermudah akses kepada pelanggan.

Fandy Tjiptono (2007) dalam pemilihan tempat atau lokasi usaha jasa memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor berikut ini :

1. Aksesibilitas.
2. Visibilitas, keadaan dapat dilihat dan diamati
3. Lalu lintas (traffic), dimana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan, seperti banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan besar terjadinya *impulse buying*. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa pula menjadi hambatan, misalnya terhadap pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran, dan ambulans.
4. Tempat parkir yang luas dan aman.
5. Ekspansi (perluasan)
6. Lingkungan
7. Persaingan
8. Peraturan pemerintah.

Dari kedelapan faktor di atas sama-sama memiliki poin penting, jadi jangan ada salah satu faktor di atas yang dihiraukan. Proses penentuan lokasi untuk setiap bisnis merupakan suatu tugas bagi pemilik usaha, keputusan yang keliru bisa mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai. Memilih lokasi merupakan keputusan penting untuk bisnis yang bertujuan mengajak pelanggan datang ke lokasi bisnis dalam pemenuhan kebutuhannya.

Ciri-ciri usaha jasa dengan usaha manufaktur jelas berbeda. Perbedaan yang utama adalah pada proses produksi. Usaha jasa dominan memilih lokasi usaha yang dekat dengan konsumen. Sedangkan usaha manufaktur memilih lokasi usahanya berdasarkan pertimbangan kedekatan dengan *supply* bahan mentah produksinya. Pemilihan lokasi usaha jasa lebih memilih lokasi yang dekat dengan konsumen dengan mempertimbangkan adanya akses jalan, tempat parkir, dan

lokasi usaha yang aman. Usaha jasa memilih lokasi usaha yang sestrategis mungkin karena lokasi merupakan penentu utama pendapatan. Berbeda dengan strategi lokasi usaha manufaktur dimana lokasi merupakan penentu utama biaya, karena pemilihan lokasi usaha akan mempengaruhi biaya transportasi bahan mentah dan biaya pengiriman produk jadi. keputusan pemilihan lokasi usaha manufaktur dan usaha jasa dipengaruhi oleh berbagai macam kriteria pemilihan yang mendasarkan pada kepentingan kompetitif. Chase (2006).

Metode analisis lokasi tidak ada ya dapat dengan tepat menentukan lokasi suatu usaha jasa. Meskipun pemilik usaha telah berusaha menentukan lokasi usahanya dengan menggunakan metode seoptimal mungkin, namun permasalahan yang tidak terduga dapat datang secara tiba-tiba pada lokasi usaha yang telah dipilih, misalnya peraturan tempat usaha, ketersediaan air, pembuangan limbah, ketersediaan tenaga kerja, biaya transportasi, pajak, penerimaan masyarakat sekitar, dan lain sebagainya yang dapat mempengaruhi jalannya kegiatan bisnis. Oleh karenanya, pemilihan lokasi usaha jasa sebaiknya memilih lokasi yang memiliki resiko lokasi yang paling kecil. Salah satu cara memilih lokasi usaha yang baik adalah dengan mengikuti proses pemilihan sistematis.

Monks (1987) mengemukakan lima poin penting dalam menentukan lokasi usaha:

1. Mendefinisikan objek lokasi usaha.
2. Mengidentifikasi kriteria pemilihan yang relevant.
3. Menggunakan model lokasional
4. Mengumpulkan data lokasi lokasi lain.
5. Memilih lokasi yang memiliki pemenuhan kriteria paling banyak.

Lima poin penting seperti di ataslah yang harus dicermati dan dilakukan secara sistematis agar terhindar dari kerugian.

G. Teori Kesuksesan Usaha

Suryana (2011: 168) berpendapat bahwa keberhasilan usaha didefinisikan sebagai tingkat pencapaian hasil suatu organisasi. Berbagai macam pendapat tentang tolak ukur kesuksesan usaha ini. Tetapi ada cara menghitung kesuksesan usaha itu sendiri baik secara objektif maupun subjektif. Dapat disimpulkan bahwa keberhasilan suatu usaha karena mempunyai otak yang cerdas, kreatif, efisien, dan berani mengambil resiko. Dalam pengukuran kesuksesan bisnis dapat berbedanya antara satu usaha dengan yang lain atau antara satu pemilik dengan pemilik usaha yang lainnya. Dawes (Nurul Indarti, 2004).

Indikator keberhasilan usaha dikemukakan oleh Henry Faizal Noor (2007: 397) yaitu sebagai berikut:

1. Laba
2. Produktivitas dan Efisiensi
3. Daya Saing
4. Kompetensi dan Etika Usaha
5. Terbangunnya Citra Baik

Lima indikator yang kemudian dikemukakan oleh Henry Faizal Noor menjadi hal yang sangat penting. Pertama, laba atau profitability merupakan hasil kurang dari pendapatan dengan biaya yang dikeluarkan. Kedua, produktivitas dan efisiensi akan jelas terlihat sebagai indikator dalam kesuksesan usaha, karena jika

produktivitas suatu usaha itu kecil makan laba yang diperoleh juga kecil. Ketiga, daya saing adalah kemampuan dalam merebut loyalitas konsumen, usaha akan dikatakan berhasil jika usaha kita mengalahkan pesaing yang lain. Keempat, kompetensi dan etika usaha, yang dimaksud dengan kompetensi adalah pengetahuan yang dimiliki seseorang, jadi kompetensi sangat perlu dalam melakukan inovasi baru tetapi dengan etika yang baik supaya usaha bisa berhasil. Kelima, terbangunnya citra yang baik adalah suatu proses membangun kepercayaan diri yang akan berdampak pada usaha yang digeluti. Salah satu cara yang konkret dalam menghitung kesuksesan usaha yaitu dengan cara menghitung laba bersih, peningkatan karyawan, dan penambahan modal.

H. Kerangka Pikir

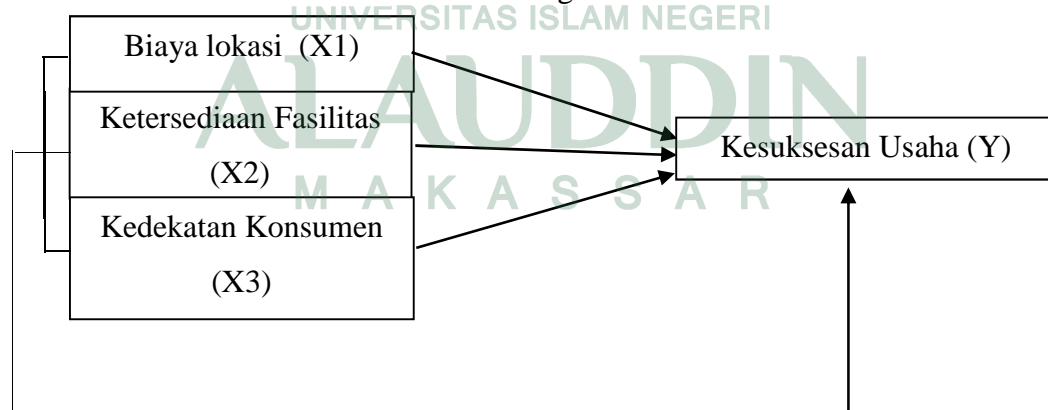
Kesuksesan suatu usaha jasa sangat dipengaruhi oleh lokasinya. Usaha jasa merupakan usaha yang berfokus pada pendapatan, oleh karenanya lokasi usaha jasa sebisa mungkin mendekat kepada konsumennya. Dalam memilih lokasi usahanya, pemilik usaha harus mempertimbangkan faktor-faktor pemilihan lokasi. Karena lokasi usaha akan berdampak pada kesuksesan usaha itu sendiri. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha, diantara faktor-faktor tersebut adalah kedekatan dengan infrastruktur, kedekatan dengan konsumen, dan biaya lokasi.

Infrastruktur yang lengkap dan memadai dapat menunjang keberlangsungan kegiatan bisnis itu sendiri. Ketersediaan listrik dan air merupakan hal pokok dalam menjalankan kegiatan suatu usaha, sebagai contoh apabila listrik di area Gowa padam, maka otomatis kegiatan bisnis usaha fotocopy yang berada disekitar

kampus UIN Alauddin Makassar akan terhenti. Lingkungan bisnis yang kondusif bagi jalannya kegiatan usaha perlu dipertimbangkan oleh pemilik usaha dalam memilih lokasi usahanya. Kedekatan dengan konsumen dapat memperlancar kegiatan bisnis. Usaha jasa berfokus pada pemilihan lokasi usaha yang dekat dengan konsumen. Karena dengan mendekat pada konsumennya, usaha jasa dapat memiliki *competitive positioning* dan memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumennya. Biaya yang harus dikeluarkan untuk memperoleh lokasi usaha yang strategis juga harus menjadi pertimbangan pemilik dalam memilih lokasi usahanya, karena akan berpengaruh terhadap investasi awal usaha. Apabila investasi awal usaha terlalu besar dan tidak diperhitungkan secara cermat maka dapat menghambat pencapaian sukses usaha.

Dari faktor-faktor pemilihan lokasi di atas maka peneliti mencoba untuk meneliti hubungan pemilihan lokasi yang dekat dengan infrastruktur, kedekatan konsumen, dan biaya lokasi terhadap kesuksesan usaha.

Gambar 2.1
Kerangka Pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Lokasi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini kemudian mencari dan mengumpulkan data yang ada di lapangan melalui penyebaran *questioner* kepada responden untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengusaha. Data yang berupa angka-angka tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah dibalik angka-angka tersebut. (Marwoto, 2014: 20).

Sugiyono (2015: 7) Penelitian kuantitatif adalah penelitian berupa angka dan analisis menggunakan statistik. Pendekatan yang digunakan peneliti pada penulisan ini adalah pendekatan kuantitatif, artinya penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh biaya lokasi, ketersediaan infrasturktur dan kedekatan dengan konsumen terhadap kesuksesan usaha jasa mikro-kecil di sekitar kampus UIN Alauddin Makassar Jalan H.M. Yasin Limpo, Jalan Macanda, Jalan Alternatif STTP Gowa Kelurahan Romang Polong Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa. Dengan menggunakan pendekatan asosiatif dapat dibangun suatu pernyataan yang menjelaskan suatu fenomena yang ada.

Metode kuantitatif pada penelitian ini dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Usaha Jasa Mikro-Kecil di Sekitar

Kampus UIN Alauddin Makassar” ini dipilih karena beberapa pertimbangan, yaitu sebagai berikut:

- a. Adanya sifat dasar dari pertanyaan penelitian ini, yaitu bagaimana kemudian topik dalam penelitian dieksplorasi lebih mendetail karena variabel yang terdapat di dalamnya tidak dapat dengan mudah diidentifikasi, satu teori tidak cukup untuk menjelaskan keputusan para pengusaha dan teori perlu dikembangkan sehingga relevan dengan keadaan sekarang.
- b. Penelitian pada subjek yang didalamnya adalah meninjau lokasi penelitian, memperoleh akses, dan mengumpulkan sumber data informasi.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di sekitar kampus UIN Alauddin Makassar. Lokasi penelitian di mulai pada sepanjang jalan H.M. Yasin limpo dan belakang kampus UIN Alauddin Makassar, depan kampus, jalan Macanda, dan jalan Alternatif STTP Gowa. Lokasi penelitian ini dipilih karena lebih dekat dengan tempat tinggal, kemudahan akses untuk ke lokasi penelitian, dan dalam melakukan penelitian lebih efisien serta ekonomis.

B. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data Primer yang diolah peneliti melalui observasi langsung ke lapangan. Data primer merupakan sumber data penelitian yang dari hasil wawancara langsung menggunakan media *questioner* sebagai alat utama dengan responden yang terkait dengan penelitian ini. Dimana responden khususnya merupakan para pengusaha jasa mikro–kecil di

sekitar kampus UIN Alauddin Makassar. Selain mendapatkan data primer melalui observasi langsung ke lapangan, peneliti juga memperoleh data sekunder (data pustaka) yang berupa teori pendukung pada penelitian ini. Sumber data primer adalah sumber data kepada pengumpul data. (Sugiyono, 2015: 137).

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Population atau *universe* adalah jumlah dari keseluruhan objek yang akan diteliti, yang menjadi populasi dalam penelitian (satuan-satuan/ individu-individu) yang karakteristiknya hendak diduga. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh usaha jasa berskala mikro-kecil yang berada disekitar kampus Uin Alauddin Makassar yang berjumlah 98 populasi.

2. Sampel

Sampel adalah objek yang diambil dengan cara mereduksi objek penelitian yang dianggap representatif terhadap populasi. Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi (jumlahnya lebih sedikit daripada populasinya). Penggunaan sampel dalam penelitian ini dikarenakan tidak mungkin peneliti meneliti seluruh anggota populasi. Oleh karena itu, peneliti membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel yang nantinya dapat ditarik kesimpulan yang dapat digeneralisasi untuk seluruh populasi. Pada penelitian ini akan menggunakan sampel jenuh karena sesuai dengan ketentuan.

Arikunto (2012: 73) jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya. Jadi dalam penelitian ini menggunakan sampel jenuh disebabkan populasi kurang dari 100 yaitu 98.

Tabel 3.1

Sampel Usaha Jasa yang Berada di Sekitar Kampus UIN Alauddin Makassar
Kelurahan Romang Polong Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa

Jenis	Populasi	Sampel
Pengetikan	25	25
Salon	3	3
Bengkel	8	8
Cuci Motor	2	2
Jasa Persewaan	4	4
Laundry	7	7
Counter	21	21
Servis Laptop dan Printer	15	15
Jasa Jahit	5	5
Desain	6	6
Kursus	2	2
Total	98	98

Sumber Data : Diolah

D. Metode Pengumpulan Data

Moh. Nazir (1983 : 211) Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Prosedur yang dilakukan dalam penelitian meliputi banyak hal. Metode pengumpulan data yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Questioner

Teknik ini dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan yang bersifat terstruktur dengan menggabungkan pertanyaan terbuka dan tertutup untuk dijawab oleh responden. Pertanyaan yang diajukan mewakili setiap variabel yang ada dengan indikator-indikator tertentu. Dalam pendataan melalui *questioner* menggunakan teknik skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel.

2. Studi Kepustakaan

Teknik ini dilakukan dengan cara melakukan studi kepustakaan dari berbagai literatur yang ada untuk memperoleh informasi berupa teori yang relevan dengan penelitian. Seperti jurnal-jurnal, penelitian-penelitian yang telah dilaksanakan sebelumnya, berbagai blog dari berbagai *website* serta bahan bacaan lainnya yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

3. Dokumentasi

Teknik ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data yang diperoleh dari lembaga atau instansi terkait. Lewat dokumentasi ini pula, hasilnya dijadikan keabsahan penelitian dengan adanya bukti dokumentasi.

E. Instrumen penelitian

Pada penelitian ini hal yang perlu dilakukan dan dianggap penting dalam memperoleh hasil yang maksimal dan memudahkan dalam penelitian, peneliti menggunakan metode questioner dan pengambilan gambar sebagai alat untuk menunjukkan bukti dari objek yang akan diteliti.

F. Metode Analisis Data

1. Validitas dan Reliabilitas

Penggunaan instrumen *questioner* dalam sebuah penelitian harus mengukur variabel-variabel yang ada di dalamnya dengan menggunakan SPSS untuk pengolahan hasil dari operasionalisasi variabel yang akan diuji.

a. Uji validitas

Uji validitas gunakan untuk mengetahui keabsahan atau valid tidaknya suatu daftar pertanyaan untuk setiap variabel. Pertanyaan dalam kuesioner dapat dikatakan valid jika setiap butir pertanyaan menunjukkan nilai *r*-hitung yang merupakan nilai *corrected* item-total correlation lebih besar dari nilai *r*-tabel yang didapatkan di *Degree of Freedom*. Pengujian validnya sebuah pertanyaan biasanya dilakukan melalui SPSS. Menilai masing-masing suatu butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *corrected* item-total correlation. (Nugroho, 2005: 34).

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan ukuran suatu kestabilan atau konsistensi responden apabila digunakan untuk mengukur gejala yang sama dalam menjawab konstruk pertanyaan yang diajukan yang merupakan indikator suatu variabel.

Cara pengukuran uji reliabilitas dengan menggunakan teknik *One Shot*. Pada teknik ini pengukuran dilakukan hanya pada satu waktu, kemudian dilakukan perbandingan dengan pertanyaan yang lain atau dengan pengukuran korelasi antar jawaban. (Purbayu dan Ashari, 2005 : 247).

Pada penelitian ini untuk cara uji reliabilitas dengan menggunakan pengukuran *One Shot* dengan metode *Cronbachalpha* melalui komputer.

reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbachalpha* $> 0,60$. (Nugroho, 2005: 35).

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistik yang harus dipenuhi dalam analisis regresi. Uji asumsi klasik digunakan untuk memastikan persamaan yang diperoleh akan valid jika digunakan untuk memprediksi, Pada uji asumsi klasik terbagi menjadi 4 asumsi-asumsi yaitu:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji asumsi klasik, sebelum peneliti melakukan penganalisaan data penelitian sesungguhnya data tersebut harus diuji kenormalan distribusinya. Model regresi yang baik itu memiliki distribusi normal atau mendekati normal, uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel devenden atau indevenden keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal, jika demikian maka data tersebut memenuhi asumsi normalitas. (Imam Ghozali, 2005: 149).

Normalitas bisa dideteksi dengan cara melihat penyebaran titik pada sumbu diagonal dari grafik, adapun tolak ukur yang menjadi dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas yaitu pertama, jika nilai signifikan $> 0,05$ maka data tersebut dinyatakan distribusi yang normal. Kedua, sebaliknya jika nilai signifikannya $< 0,05$ maka data tersebut dinyatakan tidak normal.

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan salah satu metode analisis yang bertujuan menguji apakah variabel dependen berkorelasi dengan dirinya. Maksudnya berkorelasi dengan dirinya bahwa nilai variabel dependen tidak memiliki hubungan dengan variabel itu sendiri. Untuk melihat ada tidaknya autokorelasi dengan melakukan pengujian nilai *durbin watson* (DW test). Ada beberapa dasar pengambilan keputusan yaitu: Pertama, jika $du < DW < 4-du$, maka tidak ada autokorelasi. Kedua, jika $du \leq DW \leq 4-du$, maka tidak ada kesimpulan. Ketiga, $DW > dl$, maka autokorelasi positif. Keempat, jika $DW > 4-dl$, maka autokorelasi negatif.

c. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji ada tidaknya korelasi antara variabel independen, karena variabel bebas harus terbebas dari gejala multikolinearitas. Karena apabila terjadi gejala multikolinearitas maka variabel tidak akan ontogonal. Variabel ontogonal adalah suatu keadaan dimana variabel bebas yang nilai korelasinya sesama variabel bebas sama dengan 0. Uji multikolinearitas ini merupakan bentuk pengujian untuk asumsi dalam analisis regresi berganda. pada penelitian ini, untuk melihat ada tidaknya *multikolinearitas* dengan ketentuan seperti berikut: Nilai tolerance yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai $Tolerance < 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF = 10$. (Imam Ghozali, 2005 : 96).

d. Uji Heterokedastisitas

Uji ini bertujuan menilai apakah pada model regresi linear ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan. Apabila asumsi heterokedastisitas tidak terpenuhi maka dinyatakan bahwa model regresi tidak valid sebagai alat peramalan.

Priyanto (2009: 67) mengatakan bahwa dasar analisis untuk uji heterokedastisitas sebagai berikut: Pertama, jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) ini mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas. Kedua, jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Cara untuk melihat ada tidaknya heterokedastisitas dengan cara melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dan residualnya SRESID.

3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah suatu teknik ketergantungan. Regresi linier berganda biasanya digunakan untuk memprediksi hubungan antara dua variabel, variabel yang dimaksud disini adalah variabel X sebagai variabel bebas dan variabel Y sebagai variabel terikat.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa adalah menggunakan Analisis Regresi Berganda. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu

kesuksesan usaha (Y), model yang digunakan dapat diformulasikan pada persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta^1 X_1 + \beta^2 X_2 + \beta^3 X_3 + \mu$$

Keterangan :

Y	=	Kesuksesan usaha
α	=	Konstanta / intersept
$\beta^1, \beta^2, \beta^3$	=	Parameter
X1	=	Biaya lokasi
X2	=	Ketersediaan infrastruktur
X3	=	Kedekatan dengan konsumen
μ	=	Error Term (Standar Ketidaktelitian)

Untuk dapat mengambil keputusan sebagai hasil dari pengujian hipotesis, maka hal ini dapat dilakukan dengan melihat tingkat signifikansi dari koefisien regresi antara variabel terikat dengan variabel bebas melalui Analisis Regresi Linear Berganda / *Ordinary Least Square* (OLS).

4. Pengujian Goodnes of Fit (Uji Hipotesis)

Uji hipotesis adalah dugaan sementara dari rumusan masalah dalam penelitian yang digunakan sebagai dasar pembuatan keputusan. Dalam penelitian ini menggunakan hipotesis *asosiatif* untuk melihat pengaruh dari biaya lokasi, ketersediaan infrastruktur, dan kedekatan dengan konsumen terhadap kesuksesan usaha jasa. Uji hipotesis terbagi menjadi tiga yaitu:

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t atau biasa disebut dengan uji parsial yang digunakan untuk menguji variabel bebas apakah memiliki pengaruh terpisah atau tidak terhadap variabel

terikat. Untuk mengetahui signifikan atau tidak, dapat dilihat pada tabel dengan ketentuan, apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, namun jika nilai signifikan $> 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Untuk uji parsialnya dapat diketahui melalui ketentuan bahwa jika nilai $T \text{ hitung} > T \text{ tabel}$ maka variabel berpengaruh secara parsial.

b. Uji Simutan (Uji F)

Digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh bersama dari variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu apakah variabel X_1 , X_2 , X_3 secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y . Untuk penggunaan tingkat signifikansi itu berbeda-beda, mulai dari 0,01 (1%) sampai dengan 0,10 (10%). Hasil uji F dilihat dalam tabel ANOVA dalam kolom sig. semisalnya digunakan taraf signifikansi 10% (0,10) maka jika nilai probabilitas $< 0,10$ maka terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat, begitu pula sebaliknya. Kriteria pengujian hipotesis yaitu:

- 1) Jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- 2) Jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi berfungsi sebagai pengukuran kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen ataukah besaran yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Disini nilai untuk koefisien determinasinya antara 0 dan

1, semakin mendekati angka 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variabel Y.

G. Definisi Operasional

Variabel Dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kesuksesan usaha, sedangkan Variabel Independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Biaya lokasi, Kedekatan dengan konsumen, Kedekatan dengan infras-truktur. Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti, atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut. (Nazir, 1983: 152).

1. Biaya lokasi X1 adalah banyaknya dana yang dikeluarkan oleh pengusaha dalam menyewa / membayar tempat yang dia gunakan untuk berbisnis.
2. Ketersediaan fasilitas X2 adalah hal-hal yang menunjang sebagaimana pelaksanaan produksi, seperti listrik dan air yang termasuk dalam modal yang tersedia dalam lokasi.
3. Kedekatan konsumen X3 adalah bagaimana suatu lokasi usaha yang dipilih para pengusaha harus melihat potensi tingginya permintaan dari konsumen pada satu tempat.
4. Kesuksesan usaha Y adalah hasil profit yang diraih oleh para pengusaha dalam melangsungkan produksinya.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

UIN Alauddin Makassar merupakan salah satu kampus terbesar di Sulawesi Selatan yang terletak tepatnya di Kabupaten Gowa, Kecamatan Somba Opu, Kelurahan Romang Polong, tepatnya di Jalan H.M Yasin Limpo, Jalan Macanda, dan Jalan Alternatif STTP Gowa. Awalnya kampus ini bertempat di Jalan Sultan Alauddin dengan nama IAIN Alauddin Makassar, kemudian membuka kampus II di Kabupaten Gowa, pada tahun 2005 nama kampus ini diubah menjadi UIN Alauddin Makassar. Tempat penelitian penulis yaitu di sekitar kampus UIN Alauddin Makassar ataukah kampus II UIN Alauddin Makassar, jadi usaha jasa mikro – kecil yang terletak di sekitar kampus UIN Alauddin Makassar tepatnya di sepanjang jalan H.M. Yasin Limpo, Jalan Macanda, dan Jalan Alternatif STTP Gowa. Nama jalan di depan kampus UIN awalnya ada Jalan Sultan Alauddin yang diubah kemudian menjadi Jalan H.M. Yasin Limpo. Jalan H.M. Yasin Limpo ini dimulai dari perempatan antara Jalan Mustafa Daeng Bunga, Jalan Abdul Kadir Daeng Suro, Jalan Tun Abdul Razak, dan Jalan H.M. Yasin Limpo itu sendiri sampai pada Jalan Desa Sailong. Kira-kira ada sekitar 1,5 Kilometer panjangnya, di jalan inilah dominan peneliti melakukan observasi.

2. Deskripsi Variabel Penelitian

a. Biaya Lokasi

Biaya lokasi merupakan total biaya yang telah telah dikeluarkan oleh pengusaha sebelum melakukan usaha jasanya, dengan indikator harga sewa, pajak, dan biaya pembangunan. Dalam penelitian ini telah diperoleh frekuensi untuk semua indikator melalui penyebaran *questioner* menggunakan teknik skala likert dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.1
Tanggapan Responden Terhadap Indikator Biaya Lokasi

Indikator Biaya Lokasi	F (%)				
	STS	TS	N	S	SS
Pertimbangan faktor harga sewa tempat usaha dalam menentukan lokasi usaha	0 (0%)	0 (0%)	21 (21.43%)	43 (43.88%)	34 (34.69%)
Pertimbangan faktor besarnya pajak dalam menentukan lokasi usaha	0 (0%)	2 (2.04%)	48 (48.98%)	37 (37.75%)	10 (10.20%)
Pertimbangan biaya pembangunan yang akan dikeluarkan dalam menentukan lokasi usaha	0 (0%)	3 (3.06%)	38 (38.77%)	37 (37.75%)	20 (20.41%)

Berdasarkan tabel 4.1 dari 98 responden yang diteliti tentang biaya lokasi indikator pertama lebih banyak responden yang memberi pernyataan setuju sebanyak 43(43,88%) terhadap pernyataan “Pertimbangan faktor harga sewa tempat usaha dalam menentukan lokasi usaha”. Pada pernyataan kedua, dari 98 responden yang diteliti tentang biaya lokasi indikator kedua lebih banyak responden yang memberi pernyataan netral sebanyak 48(48,98%) terhadap

pernyataan “Pertimbangan faktor besarnya pajak dalam menentukan lokasi usaha”. Untuk pernyataan ketiga, dari 98 responden yang diteliti tentang biaya lokasi indikator ketiga lebih banyak responden yang memberi pernyataan netral sebanyak 38 (38,77%) terhadap pernyataan “Pertimbangan biaya pembangunan yang akan dikeluarkan dalam menentukan lokasi usaha”.

b. Variabel Ketersediaan Infrastruktur

Ketersediaan infrastruktur merupakan kebutuhan dasar fisik maupun sosial yang dibutuhkan oleh pengusaha sebagai alat dalam pelayanan dan fasilitas yang diperlukan agar usaha dapat berfungsi secara baik. Indikator ketersediaan fasilitas seperti ketersediaan listrik, air, dan lahan parkir. Dalam penelitian ini telah diperoleh frekuensi untuk semua indikator melalui penyebaran *questioner* menggunakan teknik skala likert, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.2
Tanggapan Responden Terhadap Indikator Ketersediaan Fasilitas

Indikator Ketersediaan Fasilitas	F (%)				
	STS	TS	N	S	SS
Saya mempertimbangkan ketersediaan listrik dalam memilih lokasi usaha	0 (0%)	0 (0%)	5 (5.1%)	43 (43.88%)	50 (51.02%)
Saya mempertimbangkan ketersediaan air dalam memilih lokasi usaha	0 (0%)	0 (0%)	9 (9.18%)	49 (50 %)	50 (51.02%)
Saya mempertimbangkan adanya lahan parkir dalam memilih lokasi usaha	0 (0%)	0 (0%)	17 (17.35%)	42 (42.86%)	39 (39.97%)

Berdasarkan tabel 4.2 dari 98 responden yang diteliti tentang ketersediaan fasilitas indikator pertama lebih banyak responden yang memberi pernyataan sangat setuju sebanyak 50 (51,02%) terhadap pernyataan “Saya

mempertimbangkan ketersediaan listrik dalam memilih lokasi usaha”. Pada pernyataan kedua, dari 98 responden yang diteliti tentang ketersediaan fasilitas indikator kedua lebih banyak responden yang memberi pernyataan sangat setuju sebanyak 50 (51,02%) terhadap pernyataan “Saya mempertimbangkan ketersediaan air dalam memilih lokasi usaha”. Sedangkan untuk pernyataan ketiga, dari 98 responden yang diteliti tentang ketersediaan fasilitas indikator ketiga lebih banyak responden yang memberi pernyataan setuju sebanyak 42 (42,86%) terhadap pernyataan “Saya mempertimbangkan adanya lahan parkir dalam memilih lokasi usaha”.

c. Variabel Kedekatan Dengan Konsumen

Kedekatan dengan konsumen merupakan salah satu variabel penting karena letak lokasi usaha akan sangat berdampak jika jauh dari konsumen, kedekatan dengan konsumen. Dalam penelitian ini menggunakan indikator untuk kedekatan dengan konsumen, berupa kedekatan dengan kampus UIN Alauddin Makassar dan pemukiman warga. Dalam penelitian ini telah diperoleh frekuensi untuk semua indikator melalui penyebaran *questioner* menggunakan teknik skala likert, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.3
Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kedekatan Konsumen

Indikator Kedekatan Konsumen	F (%)				
	STS	TS	N	S	SS
Kedekatan dengan kampus menjadi faktor utama dalam memilih lokasi usaha	0 (0%)	0 (0%)	12 (12.24%)	51 (52.04%)	35 (35.71%)
Kedekatan dengan pemukiman warga menjadi	0 (0%)	0 (0%)	28 (28.57%)	43 (43.88%)	27 (27.55%)

faktor utama dalam memilih lokasi usaha					
---	--	--	--	--	--

Berdasarkan tabel 4.3 dari 98 responden yang diteliti tentang kedekatan konsumen indikator pertama lebih banyak responden yang memberi pernyataan sangat setuju sebanyak 51 (52,04%) terhadap pernyataan “kedekatan dengan kampus menjadi faktor utama dalam memilih lokasi usaha”. Sedangkan pada pernyataan kedua, dari 98 responden yang diteliti tentang kedekatan konsumen indikator kedua lebih banyak responden yang memberi pernyataan sangat setuju sebanyak 43 (43,88 %) terhadap pernyataan “kedekatan dengan pemukiman menjadi faktor utama dalam memilih lokasi usaha”

d. Variabel Kesuksesan Usaha

Kesuksesan usaha merupakan variabel Y dalam penelitian ini, jadi indikator yang digunakan dalam mengukur kesuksesan usaha berupa laba bersih setiap bulan, tingkat kedatangan konsumen, dan *real profit*. Dalam penelitian ini telah diperoleh frekuensi untuk semua indikator melalui penyebaran *questioner* menggunakan teknik skala likert, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.4
Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kesuksesan Usaha

Indikator Ketersediaan Fasilitas	F (%)				
	STS	TS	N	S	SS
Tingkat kedatangan konsumen meningkat setiap bulannya	0 (0%)	0 (0%)	40 (40.82%)	54 (55.10%)	4 (4.08%)
Apakah laba bersih usaha jasa ini meningkat setiap bulannya	0 (0%)	0 (0%)	59 (60.20%)	39 (39.79%)	0 (0%)
Usaha jasa ini telah mencapai real profit	0 (0%)	0 (0%)	66 (67.35%)	22 (22.45%)	0 (0%)

Berdasarkan tabel 4.4 dari 98 responden yang diteliti tentang kesuksesan usaha indikator pertama lebih banyak responden yang memberi pernyataan setuju sebanyak 54 (55,10%) terhadap pernyataan “Tingkat kedatangan konsumen meningkat setiap bulannya”. Sedangkan untuk pernyataan kedua, dari 98 responden yang diteliti tentang kesuksesan usaha indikator kedua lebih banyak responden yang memberi pernyataan netral sebanyak 59 (60,20%) terhadap pernyataan “Apakah laba bersih usaha jasa ini meningkat setiap bulannya”. Untuk pernyataan ketiga, dari 98 responden yang diteliti tentang kesuksesan usaha indikator ketiga lebih banyak responden yang memberi pernyataan netral sebanyak 66 (67,35%) terhadap pernyataan “Usaha jasa ini telah mencapai real profit”.

3. Karakteristik Responden

Responden adalah semua orang baik secara individual maupun kolektif (lembaga) yang akan dimintai keterangan tentang apa yang diperlukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini responden terdiri dari para pemilik usaha jasa mikro – kecil di sekitar kampus UIN Alauddin Makassar tepatnya di jalan H.M. Yasin Limpo, Jalan Macanda, dan Jalan Alternatif STTP Gowa dengan Jumlah responden yang diteliti pada penelitian ini adalah sebanyak 98 responden.

Responden akan didistribusi (dikelompokkan) berdasarkan jenis kelamin, tingkat pendidikan formal, dan kelompok Umur.

a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Identitas responden berdasarkan jenis kelamin dari 98 responden yang telah dimintai keterangan lewat pembagian *questioner* pada pemilik usaha jasa

mikro –kecil di sekitar kampus UIN Alauddin Makassar. Berdasarkan data yang diperoleh bahwa laki-laki sangat mendominasi dalam membuka usaha jasa dibandingkan perempuan. Sebesar 76 responden (77,55 %) dari total sampel adalah laki – laki dan 22 responden (22,45 %) yaitu perempuan.

Tabel 4.5
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Persentase (%)
1	Laki – laki	77,55
2	Perempuan	22,45
	Jumlah	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, Tahun 2018

Data diatas telah menunjukkan bahwa dominasi laki – laki dalam berwirausaha sangat besar karena mereka adalah tulang punggung keluarga, walaupun tetap ada 22,45 % perempuan yang berwirausaha.

b. Responden Berdasarkan Kelompok Umur

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden berdasarkan *questioner* yang dibagikan kepada pemilik usaha jasa mikro – kecil di sekitar Kampus UIN Alauddin Makassar telah menunjukkan bahwa responden yang berusia 17 – 25 tahun sebesar 22 (22,44%), responden yang berusia 26 – 40 tahun sebesar 35 (35,71%), dan responden dengan usia > 40 tahun sebesar 41 (41,84%).

Tabel 4.6
Responden Berdasarkan Kelompok Usia

No.	Kelompok Usia	Persentase (%)
1	17 – 25	22,85
2	26 – 40	35,71
3	> 40	41,84
	Jumlah	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, Tahun 2018

Responden yang terbanyak dari kelompok usia >40 tahun, hal ini menunjukkan bahwa responden di usia > 40 tahun sudah memiliki keluarga, tentunya tanggung jawab semakin besar terhadap keluarganya. Disisi lain, mereka memiliki modal yang lebih siap dibandingkan kelompok usia yang lain untuk melakukan usaha jasa.

c. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Data yang diperoleh dari *quistioner* yang telah diisi oleh para responden menunjukkan angka tertinggi untuk tingkat pendidikan yang telah dibagi menjadi 3 tingkatan yaitu, pertama tingkat pendidikan dasar sebesar 19 responden dengan persentase sebesar (19,39%), kemudian tingkat pendidikan menengah sebesar 64 responden (65,31%), dan tingkat pendidikan tinggi sebesar 15 responden dengan persentase (15,30%).

Tabel 4.7
Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Persentase (%)
1	Dasar	19,39
2	Menengah	65,31
3	Tinggi	15,30
	Jumlah	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, Tahun 2018

4. Hasil Analisis Data

a. Uji Validitas dan Realibilitas

Pada tahap ini peneliti ingin menguji apakah *questioner* yang digunakan sudah tepat pertanyaannya atau tidak. Pada pengujian instrumen penelitian ini, peneliti menggunakan uji validitas dan realibilitas menggunakan teknik *one shot*,

pada teknik ini pengukuran hanya dilakukan pada satu waktu dan dilakukan perbandingan dengan pertanyaan yang lain. Metode Cronbach Alpha digunakan disini, dimana satu *questioner* dikatakan valid jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60 untuk pengujian reliabilitas. Sedangkan untuk uji validitas ialah mengukur kelayakan pertanyaan dalam *questioner*. Sampel yang digunakan dalam pengujian ini adalah 30 sampel.

1) Uji Validitas Biaya Lokasi

Hasil pengujian validitas setiap butir pertanyaan pada biaya lokasi ditunjukkan oleh hasil berikut ini.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Biaya Lokasi

NO	r hitung	r tabel	Kriteria valid $r \text{ tabel} < r \text{ hit}$	Keputusan
Q1	0,766	0,361	$r \text{ tabel} < r \text{ hit}$	Valid
Q2	0,632	0,361	$r \text{ tabel} < r \text{ hit}$	Valid
Q3	0,758	0,361	$r \text{ tabel} < r \text{ hit}$	Valid

Sumber: Output SPSS 21 Yang Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.8 diatas menunjukkan hasil uji validitas untuk 3 pertanyaan yang meliputi biaya lokasi yaitu (q1,q2,dan q3). Nilai r tabel diperoleh dari $df = n - 2$, dimana n adalah total sampel yaitu 30 jadi $df = 28$ sebesar 0,361. Dengan ketentuan valid bahwa r tabel lebih kecil daripada r hitung maka dapat disimpulkan bahwa ketiga pertanyaan tentang biaya lokasi itu valid.

2) Uji Validitas Ketersediaan Fasilitas

Hasil pengujian validitas pada 3 pertanyaan variabel ketersediaan infrastruktur ditunjukkan oleh hasil berikut ini.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Ketersediaan Fasilitas

NO	r hitung	r tabel	Kriteria valid r tabel < r hit	Keputusan
Q4	0,572	0,361	r tabel < r hit	Valid
Q5	0,488	0,361	r tabel < r hit	Valid
Q6	0,835	0,361	r tabel < r hit	Valid

Sumber: Output SPSS 21 Yang Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.9 diatas menunjukkan hasil uji validitas untuk 3 pertanyaan termasuk pada indikator ketersediaan infrasturktur yaitu (q4,q5,dan q6). Nilai r tabel diperoleh dari $df = n - 2$, dimana n adalah total sampel yaitu 30 jadi $df = 28$ sebesar 0,361. Dengan ketentuan valid bahwa r tabel lebih kecil daripada r hitung maka dapat disimpulkan bahwa ketiga pertanyaan pada variabel ketersediaan infrastruktur valid.

3) Uji Validitas Kedekatan dengan Konsumen

Hasil pengujian validitas pada 2 pertanyaan variabel kedekatan dengan konsumen ditunjukkan oleh hasil berikut ini.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Kedekatan Konsumen

NO	r hitung	r tabel	Kriteria valid r tabel < r hit	Keputusan
Q7	0,794	0,361	r tabel < r hit	Valid
Q8	0,874	0,361	r tabel < r hit	Valid

Sumber: Output SPSS 21 Yang Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.10 diatas menunjukkan hasil uji validitas untuk 2 pertanyaan yang termasuk dalam indikator yang menopang kedekatan dengan konsumen yaitu (q7 dan q8). Nilai r tabel diperoleh dari $df = n - 2$, dimana n adalah total sampel yaitu 30 jadi $df = 28$ sebesar 0,361. Dengan ketentuan valid bahwa r tabel lebih kecil daripada r hitung maka dapat disimpulkan bahwa kedua pertanyaan pada variabel kedekatan dengan konsumen valid.

4) Uji Validitas Kesuksesan Usaha

Hasil pengujian validitas pada 3 pertanyaan variabel kesuksesan usaha ditunjukkan oleh hasil berikut ini.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Kesuksesan Usaha

NO	r hitung	r tabel	Kriteria valid $r \text{ tabel} < r \text{ hit}$	Keputusan
Q9	0,586	0,361	$r \text{ tabel} < r \text{ hit}$	Valid
Q10	0,691	0,361	$r \text{ tabel} < r \text{ hit}$	Valid
Q11	0,581	0,361	$r \text{ tabel} < r \text{ hit}$	Valid

Sumber: Output SPSS 21 Yang Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.11 diatas menunjukkan hasil uji validitas untuk 3 pertanyaan termasuk pada indikator ketersediaan infrasturktur yaitu (q9, q10, dan q11). Nilai r tabel diperoleh dari $df = n - 2$, dimana n adalah total sampel yaitu 30 jadi $df = 28$ sebesar 0,361. Dengan ketentuan valid bahwa r tabel lebih kecil daripada r hitung maka dapat disimpulkan bahwa ketiga pertanyaan pada variabel kesuksesan usaha valid.

5) Uji Realibilitas

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa instrumen dikatakan *reliabel* jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Hasil uji realibilitis variabel ditunjukkan oleh tabel sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Realibilitas

NO	Variabel	Nilai Cronbach	Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60	Keputusan
1	Biaya Lokasi	0,785	$0,785 > 0,60$	Reliabel
2	Ketersediaan Fasilitas	0,734	$0,734 > 0,60$	Reliabel
3	Kedekatan Konsumen	0,855	$0,872 > 0,60$	Reliabel
4	Kesuksesan Usaha	0,713	$0,713 > 0,60$	Reliabel

Sumber: Output SPSS 21 Yang diolah 2018

Berdasarkan tabel diatas, telah menunjukkan bahwa variabel biaya lokasi memiliki nilai Alpha 0,725 variabel kedekatan dengan infrastruktur dengan nilai Alpha 0,727 dan nilai kedekatan dengan konsumen dengan nilai Alpha 0,812 serta nilai Alpha kesuksesan usaha yaitu 0,738. Dari hasil uji realibilitas menunjukkan bahwa semua variabel reliabel karena nilai Alpha masing-masing variabel lebih besar dari 0,60.

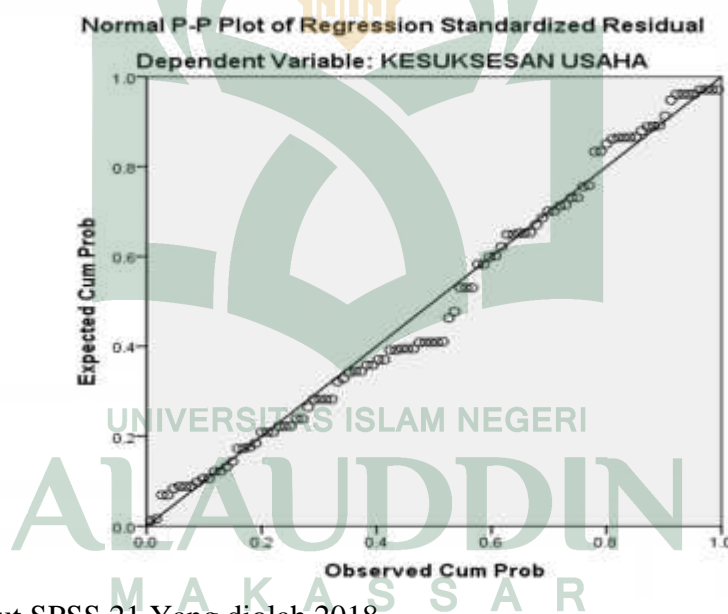
b. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk pengujian kelayakan model regresi yang dipakai. Pada uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji autokorelasi, dan uji heterokedastisitas.

1) Uji Normalitas

Pada uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ini, variabel dependen dan variabel independen keduanya memiliki distribusi yang normal atau tidak. Normal P-P Plot dapat dideteksi dengan penyebaran dari data (titik) yang terdapat pada sumbu diagonal dalam grafik, jika data menyebar di sekitar garis hal ini menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas, justru sebaliknya jika data menyebar jauh dari garis diagonal dalam grafik maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Hasil analisis uji normalitas data pada penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas Data



Sumber: Output SPSS 21 Yang diolah 2018.

2) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi diartikan sebagai pengujian asumsi untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi antara residual satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Uji autokorelasi ini dimana variabel dependen tidak berkorelasi dengan dirinya sendiri, maksud dari

korelasi dengan dirinya sendiri adalah nilai dari dependen tidak berhubungan dengan variabel itu sendiri, baik nilai variabel sesudahnya atau sebelumnya. Pengujian ini menggunakan Durbin Watson, hasil penelitian uji korelasi untuk penelitian ini dapat dilihat pada tabel uji Durbin Watson berikut ini:

Tabel 4.13
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	Change Statistics			Durbin-Watson
	df1	df2	Sig. F Change	
1	3	94	.000	1.934

Sumber: Output SPSS 21 Yang diolah 2018.

Pada tabel 4.13 diatas dapat dilihat bahwa nilai *Durbin Watson* sebesar 1,886 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala *autokorelasi*. Karena dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut: Jika angka D-W dibawah -2 berarti *korelasi* positif, jika angka D-W diatas +2 maka *korelasi* negatif, dan jika angka D-W diantara nilai -2 dan +2 maka tidak terjadi *autokorelasi*. Berdasarkan nilai *durbin-watson* diatas sebesar 1,934 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi *autokorelasi*.

3) Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas bertujuan untuk menguji adanya korelasi antar variabel bebas (independen). pada penelitian ini, untuk melihat ada tidaknya *multikolinearitas* dengan ketentuan seperti berikut: Nilai *tolerance* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai Tolerance \geq 0,10 atau sama dengan nilai VIF \leq 10. Hasil uji multikolinieritas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14
Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Correlations			Collinearity Statistics	
		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)					
	Biaya Lokasi	.726	.756	.555	.905	1.105
	Fasilitas	.661	.682	.448	.902	1.109
	Kedekatan Konsumen	.193	.335	.171	.995	1.005

Sumber : Output SPSS 21 Yang Diolah, 2018

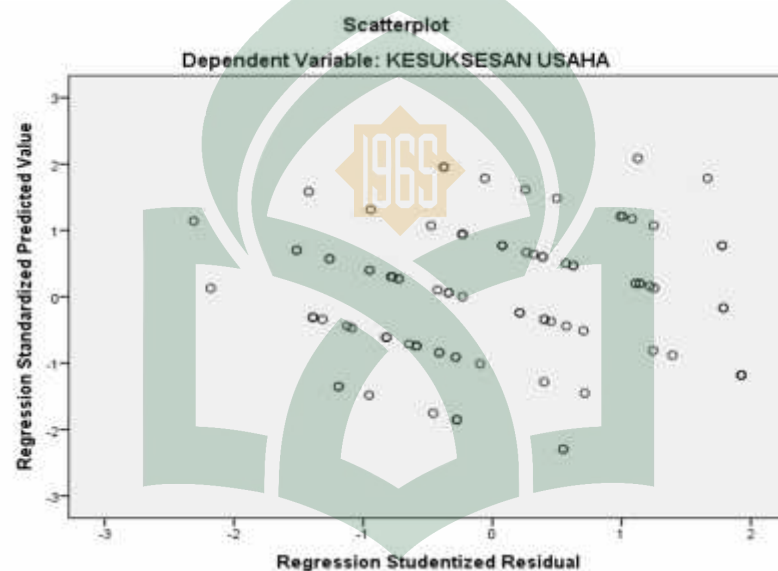
Pada data diatas menunjukkan hasil bahwa nilai VIF variabel biaya lokasi sebesar 1,105 ketersediaan fasilitas 1,109 dan kedekatan konsumen 1,005 yang kesemuanya variabel menunjukkan angka lebih kecil dari 10 (nilai $VIF \leq 10$). Sehingga bisa disimpulkan bahwa ketiga variabel diatas tidak mengalami *multikolinieritas*. Sementara untuk nilai tolerance $\geq 0,10$ yaitu biaya lokasi sebesar 0,905 ketersediaan fasilitas sebesar 0.902 dan kedekatan konsumen sebesar 0,995.

4) Uji Heterokedastisitas

Tujuan dari pengujian ini adalah melihat apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan *varians* dari *residual* suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Bisa juga diartikan bahwa uji ini bertujuan untuk melihat apakah variabel pengganggu mempunyai varian yang sama atau tidak.

Dalam mendeteksi adanya *heterokedastisitas* dengan cara melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi dapat dibuktikan dengan melihat grafik scatterplot antara ZPRED yang sumbu Y yang diprediksi dan SRESID sumbu X sesungguhnya. Hasil pengujian ditunjukkan dalam grafik berikut:

Gambar 4.3
Uji Heterokedastisitas



Sumber : Output SPSS 21 Yang Diolah, 2018

Dari hasil analisis yang terdapat pada grafik scatterplot tersebut, tidak menunjukkan ada pola yang jelas, tetapi ada titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas. Dasar analisis untuk membuktikan adanya heterokedastisitas adalah sebagai berikut: Pertama, jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola teratur seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas. Kedua, justru sebaliknya jika tidak ada pola tertentu maka diindikasikan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

c. Hasil Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda berfungsi sebagai alat untuk mengetahui tingkat pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat, baik secara simultan (bersamaan) maupun parsial (terpisah), serta menguji hipotesis penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya. Hasil pengujiannya adalah sebagai berikut.

Tabel 4.15
Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	-2.160	.798		-2.708	.008
Biaya Lokasi	.395	.035	.584	11.200	.000
Ketersediaan Fasilitas	.502	.056	.472	9.030	.000
Kedekatan Konsumen	.182	.053	.171	3.443	.001

Sumber : Output SPSS 21 Yang Diolah, 2018

Berdasarkan analisis regresi berganda dengan menggunakan *standardized coefficients*, hasil regresi dapat ditulis dalam persamaan berikut ini:

$$Y = - 2,160 + 0,395X_1 + 0,502X_2 + 0,182X_3$$

Dari persamaan diatas tampak semua variabel independen memiliki koefisien regresi dengan tanda positif, artinya kenaikan variabel independen akan mempengaruhi variabel dependen. Variabel yang mempunyai pengaruh paling besar adalah X₂ (ketersediaan fasilitas) dengan nilai 0,502. Kemudian variabel X₁ (biaya lokasi) sebesar 0,395 dan terakhir variabel kedekatan konsumen (X₃) dengan nilai 0,182

d. Uji Goodnes of Fit (Uji Hipotesis)

1) Uji T

Hasil dalam penelitian ini yang terdapat pada tabel 4.15 yang menentukan bahwa:

- a) Variabel biaya lokasi menunjukkan nilai B 0,395 dengan tanda positif menunjukkan arah hubungan yang searah, apabila biaya lokasi ditingkatkan maka akan berpengaruh terhadap kesuksesan usaha sebesar 39,5% diperkuat dengan hasil Uji T dengan syarat bahwa jika nilai T hitung $>$ T tabel maka berpengaruh secara parsial, untuk nilai T hitung 11,200 lebih besar dibandingkan dengan nilai T tabel ($df = 1,661$) yang diperkuat dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 tidak lebih besar pula dari nilai alfa 0,05 sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa “Biaya Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesuksesan Usaha Jasa Mikro-Kecil di sekitar Kampus UIN Alauddin Makassar” diterima. Maka H_a diterima dan H_o ditolak.
- b) Variabel ketersediaan fasilitas menunjukkan nilai B 0,502 dengan tanda positif menunjukkan arah hubungan yang searah, apabila ketersediaan fasilitas ditingkatkan maka akan berpengaruh terhadap kesuksesan usaha sebesar 50,2%. Hasil Uji T dengan syarat bahwa jika nilai T hitung $>$ T tabel maka berpengaruh secara parsial, untuk nilai T hitung 9,030 lebih besar dibandingkan dengan nilai T tabel ($df = 1,661$) yang diperkuat dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 tidak lebih besar pula dari nilai alfa 0,05 sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa “Ketersediaan Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesuksesan Usaha Jasa Mikro-Kecil di sekitar Kampus UIN Alauddin Makassar” diterima. Maka H_a diterima dan H_o ditolak.

c) Variabel kedekatan konsumen menunjukkan nilai B 0,182 dengan tanda positif menunjukkan arah hubungan yang searah, apabila kedekatan konsumen ditingkatkan maka akan berpengaruh terhadap kesuksesan usaha sebesar 18,2%. Hasil Uji T dengan syarat bahwa jika nilai T hitung > T tabel maka berpengaruh secara parsial, untuk nilai T hitung 3,443 lebih besar dibandingkan dengan nilai T tabel ($df = 1,661$) yang diperkuat dengan nilai signifikasi sebesar 0,001 tidak lebih besar pula dari nilai alfa 0,05 sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa “Kedekatan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesuksesan Usaha Jasa Mikro-Kecil di sekitar Kampus UIN Alauddin Makassar” diterima. Maka H_a diterima dan H_o ditolak.

2) Uji F

Uji simultan bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel independen. Adapun hasil uji simultan ditunjukkan oleh hasil olah data sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Simultan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	110.146	3	36.715	104.865	.000 ^b
	Residual	33.130	94	.352		
	Total	143.276	98			

Sumber : Output SPSS 21 Yang Diolah, 2018

Hasil uji simultan menunjukkan nilai F hitung sebesar 104,865 sedangkan F tabel 2,70. Dimana nilai F hitung lebih besar yang berarti dengan signifikasi

0,000 lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen (biaya lokasi, ketersediaan fasilitas, dan kedekatan dengan konsumen) dalam pemilihan lokasi berpengaruh secara simultan dalam kesuksesan usaha.

3) Uji Determinasi

Determinasi bertujuan untuk mengetahui perbandingan variasi Y yang dijelaskan oleh variabel bebas. Jika R^2 semakin besar atau mendekati 1, maka model semakin tepat. Berikut ini hasil koefisien determinasi.

Tabel 4.17
Hasil Uji Determinasi

Model Summary^b

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics	
				R Square Change	F Change
.877 ^a	.769	.761	.594	.769	104.174

Sumber : Output SPSS 21 Yang Diolah, 2018

Dari analisis regresi berganda diperoleh nilai R sebesar 0,852 dengan tanda positif menunjukkan arah hubungan yang searah. Hasil ini menunjukkan bahwa semua variabel bebas yaitu variabel biaya lokasi, ketersediaan infrastruktur, dan kedekatan konsumen mempunyai keeratan hubungan dengan variabel Kesuksesan Usaha 0,852.

Dari tampilan tabel diatas tampak bahwa besarnya *R Square* adalah 0.726. Hal ini berarti bahwa 72,6% variasi kesuksesan usaha bisa dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel independen yaitu biaya lokasi, ketersediaan fasilitas, dan kedekatan dengan konsumen, sedangkan 27,4% dipengaruhi oleh sebab-sebab lain

di luar model. Jika R square mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut, begitu pula sebaliknya.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Biaya Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha

Hasil analisis regresi menunjukkan nilai B untuk Biaya Lokasi 0,395 dengan tanda positif menunjukkan arah hubungan yang searah hal ini berarti dalam pemilihan lokasi usaha, biaya lokasi mempunyai pengaruh positif sebesar 39,5% dalam kesuksesan usaha. Kemudian diperkuat dengan hasil uji parsial menunjukkan nilai T hitung 11,200 lebih besar bila dibandingkan dengan nilai T tabel 1,661 bisa disimpulkan bahwa T hitung lebih besar dari T tabel yang diperkuat dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari nilai alfa 0,05 sehingga hipotesis “Biaya lokasi berpengaruh positif dan signifikan dalam kesuksesan usaha jasa mikro-kecil di sekitar kampus UIN Alauddin Makassar”.

Hasil penelitian ini mendukung pendapat yang dikemukakan oleh Von Thunen yang termasuk kedalam *Bid-Rent Theories*, yaitu kelompok teori lokasi yang mendasarkan analisis pemilihan lokasi kegiatan ekonomi pada kemampuan membayar sewa tanah.

2. Pengaruh Ketersediaan Infrastruktur Terhadap Kesuksesan Usaha

Hasil analisis regresi menunjukkan nilai B untuk Ketersediaan Infrastruktur 0,502 dengan tanda positif menunjukkan arah hubungan yang searah

hal ini berarti dalam pemilihan lokasi usaha, ketersediaan infrastruktur mempunyai pengaruh positif sebesar 50,2% dalam kesuksesan usaha. Hasil uji parsial (Uji T) menunjukkan nilai T hitung 9,030 bila dibandingkan dengan nilai T tabel 1,661, bisa disimpulkan bahwa T hitung lebih besar dari T tabel yang diperkuat dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari nilai alfa 0,05 sehingga hipotesis “Ketersediaan Infrastruktur berpengaruh positif dan signifikan dalam kesuksesan usaha jasa mikro-kecil di sekitar kampus UIN Alauddin Makassar”. Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Harding bahwa pemilihan lokasi usaha jasa memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap tersedianya fasilitas karena ini akan menghambat jalannya usaha. Hasil temuan ini juga sejalan dengan teori pemilihan lokasi kegiatan industri secara komprehensif yang melihat hal seperti salah satunya adalah ketersediaan infrastruktur.

3. Pengaruh Kedekatan Konsumen Terhadap Kesuksesan Usaha

Hasil analisis regresi menunjukkan nilai B untuk Kedekatan Konsumen 0,182 dengan tanda positif menunjukkan arah hubungan yang searah hal ini berarti dalam pemilihan lokasi usaha, kedekatan konsumen mempunyai pengaruh positif sebesar 18,2% dalam kesuksesan usaha. Hasil uji parsial (Uji T) menunjukkan nilai T hitung 3,443 bila dibandingkan dengan nilai T tabel 1,661, bisa disimpulkan bahwa T hitung lebih besar dari T tabel yang diperkuat dengan nilai signifikansi 0,001 yang lebih kecil dari nilai alfa 0,05 sehingga hipotesis “Kedekatan Konsumen berpengaruh terhadap pemilihan lokasi usaha dalam kesuksesan usaha jasa mikro-kecil di sekitar kampus UIN Alauddin Makassar.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori pendekatan pasar August Losch yang memusatkan perhatiannya pada permintaan pasar, yang dimaksud

dengan permintaan pasar ini adalah bagaimana pengusaha mendekatkan usahanya sedekat mungkin dengan konsumen.



BAB V

PENUTUP

Pada bab penutup ini akan dipaparkan kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan.

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Dalam Kesuksesan Usaha Jasa di Sekitar Kampus UIN Alauddin Makassar” dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Biaya Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesuksesan Usaha Jasa di Sekitar Kampus UIN Alauddin Makassar.
2. Ketersediaan Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesuksesan Usaha Jasa di Sekitar Kampus UIN Alauddin Makassar.
3. Kedekatan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesuksesan Usaha Jasa di Sekitar Kampus UIN Alauddin Makassar.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan serta beberapa kesimpulan pada penelitian ini, adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini, yaitu:

1. Bagi Pengusaha

Hasil penelitian ini dapat diimplikasikan oleh pengusaha yang hendak membuka usaha pada sektor jasa agar lebih hati-hati dalam pemilihan lokasi. Berdasarkan hasil penelitian, faktor ketersediaan fasilitas memiliki pengaruh paling besar 50,2 %, dan faktor kedekatan dengan konsumen memiliki pengaruh paling rendah 18,2 %. Disarankan kepada pengusaha yang akan memilih lokasi, supaya lebih memperhatikan fasilitas yang tersedia di tempat yang akan didirikan lokasi usaha berdasarkan hasil penelitian ini.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya yang akan mengambil variabel yang sama, diharapkan agar menambah beberapa variabel. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai R square 72,6% yang berarti variabel biaya lokasi, ketersediaan fasilitas, dan kedekatan konsumen memiliki pengaruh sebesar 72,6% terhadap kesuksesan usaha. Masih ada 27,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model. Hal inilah yang harus diketahui untuk peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Nugroho. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistic Penelitian Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Alcacer. 2003. *Lokasi Pilihan Di Seluruh Rantai Nilai : Bagaimana Aktivitas. Dan Kemampuan Pengaruh Aglomerasi Dan Efek Kompetisi*. New York: Stern.
- Ashari. 2005 *Analisis Statistic dengan Microsoft Excel dan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset
- Almumayyaz. 2014. *Al Qur'an Tajwid Warna, Transliterasi Per Kata, Terjemah Per kata*. Bekasi: Cipta Bagus Segara.
- Arikunto. 2012. Suharsimi. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Citra.
- Basu Swastha. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Liberty.
- Chase dkk. 2006 *Operations Management For Competitive Advantage* . China: Mcgraw-Hill Irwin.
- Erliah. 2007. *Pengaruh Perssaingan, Promosi, Keunikan Usaha*. Skripsi. FPIPS UPI Bandung.
- Fathoni. 2016. *Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Terhadap Tingkat Penjualan Usaha Jasa Mikro Di kabupaten Lamongan* Vol 1, No. 1.
- Ghozali. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Handoko. 2000. *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: Bpfe.
- Harding. 1978. *Manajemen Produksi*. Jakarta: Balai Aksara.
- Heizer. 2001 *Prinsip-Prinsip Manajemen Koperasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Noor. 2007. *Ekonomi Manajerial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Indarti. 2004. *Bussiness Location And Succes: The Case Of Internet Café*.
- Monks. 1987. *Production/Operations Management Ed.8*. USA.

- Jalaluddin. 2006. *Dar al Kutub al Ilmiah*. Surabaya: Bina Ilmu.
- Kottler. 1996. *Manajemen Produksi Dan Operasi*. Yogyakarta: Erlangga..
- Lovelock. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Pt Indeks.
- Lupiyoadi. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa* . Jakarta: Salemba Empat.
- Marwoto. 2014. *Pengantar Ilmu Bisnis*. Yogyakarta: Parama Publishing.
- Munawir. 2007. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta. Liberty.
- Nazir. 1983. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- O'mara. 1999. Strategic Drivers Of Location Decisions For Information –Age Companies. *Journal Of Real Estate Research* Vol. 17, No. 3, 1999, Pp 365-386. Harvard University, Cambridge, Ma 02139.
- Priyanto. 2009. *Mandiri Belajar dengan SPSS*. Jakarta Selatan: Buku Kita.
- Pratiwi. 2010 *Analisis Faktor-Faktor Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Jasa Mikro-kecil di Sekitar Kampus Universitas Diponegoro Pleburan*. Skripsi.
- Purnama. 2011. *Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Roger. 1994. Service Firm Location Decisions : Somemidwestern Evidence. *International Jurnal Of Service Industry Management*, Vol 5 No 3, Pp.35-36. Mcb University Press, 0956-4233.
- SjafrizaL. 2012. *Ekonomi Wilayah Dan Perkotaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- ,. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. 2011. *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryani. 2015. *Teori Lokasi Dalam Penentuan Pembangunan Lokasi Pasar Tradisional (Telaah Studi Literatur)*.
- Tantri. 2009. *Pengantar Bisnis*. Jakarta : Gajagrafindo Persada.
- Tarigan. 2005. *Ekonomi Regional*. Jakarta : Bumi Aksara.

Tjiptono. 2009. *Manajemen Operasional*. Yogyakarta: Andi Offset.

-----,. 2007. *Pemasaran Jasa*, Malang : Bayumedia Publishing.

-----,. 2003. *Manajemen Kualitas*. Yogyakarta :Andi Offset.

-----,. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

Zimmerer. 2008. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta : Salemba Empat.



L

A

M

P

I

R

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

ALAUDDIN

M A K A S S A R

N

LAMPIRAN I QUESTIONER PENELITIAN

A. Identitas Peneliti

Nama : Imam Wahyudi
Angkatan : 2014
Asal Institusi : Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin
Makassar

B. Identitas Responden

Nama Responden :
Alamat :
Usia :
Jenis Kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan
Etnis :
Tingkat Pendidikan : a. SD b. SMP c. SMA
d. D III e. Sarjana f. Magister

C. petunjuk Pengisian Questioner

Terimakasih atas partisipasi Saudara/I dalam pengisian questioner menggunakan skala Likert, pilihlah salah satu poin dengan memberikan tanda (X) untuk setiap pertanyaan yang ada dibawah ini.

Pada masing-masing pertanyaan terdapat 5 (lima) alternatif jawaban yang mengacu pada teknik skala Likert, yaitu:

- | | | |
|---|---------------------------|-----|
| J | Sangat Tidak Setuju (STS) | = 1 |
| J | Tidak Setuju (TS) | = 2 |
| J | Netral (N) | = 3 |
| J | Setuju (S) | = 4 |
| J | Sangat Setuju (SS) | = 5 |

D. Variabel Penelitian

Biaya Lokasi

No	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Pertimbangan faktor harga sewa tempat usaha dalam menentukan lokasi usaha	1	2	3	4	5
2	Pertimbangan faktor besarnya pajak dalam menentukan lokasi usaha	1	2	3	4	5
3	Pertimbangan biaya pembangunan yang akan dikeluarkan dalam menentukan lokasi usaha	1	2	3	4	5

Ketersediaan Fasilitas

No	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Saya mempertimbangkan ketersediaan listrik dalam memilih lokasi usaha	1	2	3	4	5
2	Saya mempertimbangkan ketersediaan air dalam memilih lokasi usaha	1	2	3	4	5
3	Saya mempertimbangkan adanya lahan parkir dalam memilih lokasi usaha	1	2	3	4	5

Kedekatan Konsumen

No	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Kedekatan dengan kampus menjadi faktor utama dalam memilih lokasi usaha	1	2	3	4	5
2	Kedekatan dengan pemukiman warga menjadi faktor utama dalam memilih lokasi usaha	1	2	3	4	5

Kesuksesan Usaha

No	PERTANYAAN	ST S	TS	N	S	SS
1	Tingkat kedatangan konsumen meningkat setiap bulannya	1	2	3	4	5
2	Apakah laba bersih usaha jasa ini meningkat setiap bulannya	1	2	3	4	5
3	Usaha jasa ini telah mencapai real profit	1	2	3	4	5



LAMPIRAN II MASTER DATA PENELITIAN

No	Biaya lokasi			X1	Ketersediaan Fasilitas			X2	Kedekatan Kons-umen		X3	Kesuksesan usaha			Y
	1	2	3		1	2	3		1	2		1	2	3	
1	5	3	4	12	5	4	5	14	5	5	10	4	4	4	12
2	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	8	3	4	3	10
3	4	3	4	11	4	5	4	13	4	5	9	3	4	4	11
4	5	4	3	12	5	4	5	14	4	3	7	3	4	3	10
5	4	4	3	11	5	5	4	14	4	4	8	4	3	4	11
6	3	3	4	10	5	4	5	14	5	3	8	3	4	4	11
7	4	3	4	11	5	5	5	15	5	5	10	4	4	3	11
8	3	4	3	10	4	4	4	12	5	5	10	3	3	3	9
9	5	3	5	13	5	4	4	13	4	4	8	4	4	2	11
10	5	3	4	12	5	5	5	15	4	3	7	4	4	4	12
11	5	4	4	13	4	5	3	12	4	4	8	3	4	3	10
12	5	3	5	13	5	4	3	12	5	5	10	3	4	4	11
13	5	3	3	11	5	4	3	12	4	4	8	4	3	3	10
14	4	2	4	10	5	4	4	13	4	4	8	3	3	3	9
15	4	4	5	13	4	5	4	13	5	3	8	4	4	3	11
16	5	4	5	14	5	5	4	14	4	5	9	4	4	4	12
17	4	3	3	10	4	5	4	13	5	5	10	3	3	4	10
18	5	3	4	12	4	4	4	12	5	5	10	3	3	4	10
19	5	4	4	13	5	5	4	14	5	5	10	4	3	4	11
20	3	3	3	9	5	4	3	12	5	5	10	3	3	3	9
21	5	3	3	11	4	4	3	11	4	5	9	3	3	3	9
22	5	4	5	14	5	4	4	13	4	4	8	4	3	3	10
23	4	5	3	12	5	4	3	12	5	5	10	4	3	3	10
24	5	4	3	12	5	5	4	14	3	4	7	4	3	3	10
25	5	5	5	15	4	4	4	12	5	4	9	4	4	4	12
26	5	5	4	14	5	4	4	13	5	5	10	4	4	4	12
27	4	3	3	10	4	4	3	11	4	4	8	3	3	3	9
28	3	3	3	9	5	4	5	14	5	5	10	4	3	3	10
29	5	4	5	14	4	3	5	12	4	4	8	4	3	4	11
30	5	4	5	14	5	5	5	15	4	4	8	5	4	4	13
31	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	7	4	3	3	10
32	4	4	3	10	4	3	3	10	4	4	8	3	3	2	8

33	5	4	4	13	3	5	4	12	4	3	7	3	3	3	9
34	4	3	4	11	4	4	3	11	5	4	9	3	3	3	9
35	5	4	3	12	5	5	4	13	4	5	9	4	3	3	10
36	3	3	2	8	3	5	3	11	5	4	9	4	4	2	8
37	4	3	4	11	5	5	4	14	3	3	6	4	4	3	11
38	4	4	4	12	4	4	3	11	4	3	7	3	3	3	9
39	5	3	5	13	5	5	3	13	3	5	8	4	4	3	11
40	3	3	3	9	3	5	4	12	4	5	9	3	3	3	9
41	4	3	3	10	4	4	4	12	4	4	8	4	3	3	10
42	4	3	4	11	5	5	3	13	3	3	6	3	3	3	9
43	3	3	3	9	3	4	5	13	4	3	7	4	3	3	10
44	3	3	3	9	4	4	3	11	5	4	9	3	3	2	8
45	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	7	4	3	3	10
46	4	3	4	11	5	5	3	13	4	5	9	4	4	3	11
47	4	4	3	11	4	4	4	12	4	3	7	3	3	3	9
48	4	3	3	10	5	5	3	13	3	4	7	4	3	3	10
49	3	4	3	10	4	4	3	11	4	3	7	3	3	3	9
50	4	4	4	12	4	4	3	11	5	4	9	4	3	3	10
51	3	3	3	9	4	4	4	12	4	3	7	3	3	2	8
52	4	3	3	10	5	5	4	14	5	4	9	4	3	3	10
53	3	3	3	9	5	4	3	12	4	4	8	4	3	3	10
54	5	4	5	14	4	4	3	11	4	4	8	4	4	3	11
55	4	5	4	13	5	3	4	12	4	5	9	4	4	3	11
56	3	3	2	8	5	5	3	13	5	4	9	3	3	3	9
57	3	3	2	8	5	3	3	11	5	4	9	3	3	2	8
58	4	4	5	13	5	5	3	13	4	4	8	5	4	3	12
59	5	3	5	13	4	5	4	13	5	4	9	4	4	3	11
60	3	4	4	11	4	4	3	11	5	4	9	3	3	3	9
61	4	3	4	11	5	5	3	13	3	3	6	3	3	3	9
62	3	3	3	9	4	3	3	10	4	3	7	3	3	2	8
63	4	3	4	11	4	4	4	12	4	3	7	3	3	3	9
64	4	4	4	12	5	5	3	13	3	3	6	4	3	3	10
65	4	5	4	13	5	4	4	13	3	4	7	4	4	3	11
66	3	3	3	9	5	4	3	12	5	4	8	4	4	3	10
67	4	4	5	13	5	5	3	13	5	4	9	4	4	3	11
68	5	4	4	13	4	3	4	11	3	4	7	4	3	3	10
69	5	3	5	13	5	5	4	14	4	3	7	4	4	4	12
70	4	4	3	11	5	4	3	12	4	4	8	3	3	3	9
71	3	3	3	9	4	4	4	12	4	3	7	3	3	2	8

72	4	3	4	11	4	4	3	11	5	4	9	3	3	3	9
73	3	4	4	11	5	4	4	13	3	3	6	3	3	3	9
74	4	4	3	11	4	4	4	12	4	3	7	3	3	3	9
75	5	4	5	14	4	4	3	11	4	4	8	4	4	3	11
76	5	3	5	13	5	4	4	13	5	4	9	4	4	3	11
77	3	3	3	9	4	4	4	12	4	4	8	4	3	3	10
78	4	4	5	13	5	5	3	13	4	4	8	5	4	3	12
79	4	3	3	8	4	4	3	11	5	4	9	3	3	2	8
80	5	3	5	13	5	5	3	13	4	3	7	4	4	3	11
81	4	5	4	13	4	5	4	13	4	5	9	4	4	3	11
82	3	3	3	9	4	3	3	10	4	3	7	3	3	2	8
83	4	3	3	8	5	5	3	13	4	5	9	3	3	3	9
84	4	4	4	12	5	5	3	13	3	3	6	4	3	3	10
85	4	3	3	10	5	5	4	14	4	5	9	4	3	3	10
86	5	3	5	13	4	4	4	12	5	4	9	4	4	3	11
87	5	4	4	13	4	4	3	11	4	3	7	4	3	3	10
88	5	5	4	14	5	4	5	14	4	4	8	4	4	4	12
89	4	3	3	10	5	3	5	13	4	5	9	4	3	4	11
90	5	5	4	14	4	5	5	14	5	5	10	4	4	4	12
91	4	4	4	12	4	5	4	13	5	4	9	3	3	4	10
92	5	4	3	12	3	5	5	13	5	3	8	3	4	3	10
93	4	4	5	13	4	5	5	14	4	3	7	4	4	3	11
94	3	3	3	9	4	4	4	12	5	5	10	3	3	3	9
95	4	2	4	10	5	3	5	13	4	5	9	4	3	4	11
96	5	5	4	14	4	5	5	14	5	4	9	5	4	4	13
97	4	5	5	14	5	5	4	14	5	5	10	4	4	4	12
98	5	5	3	13	4	4	3	11	4	3	7	4	3	3	10

LAMPIRAN III HASIL REGRESI

Regression

Notes

Output Created		26-JUL-2018 11:28:46
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	98
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax		REGRESSION /DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL CHANGE ZPP /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Y /METHOD=ENTER X1 X2 X3 /SCATTERPLOT=(*ZPRED ,*SRESID) /RESIDUALS DURBIN HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID).
Resources	Processor Time	00:00:03.00
	Elapsed Time	00:00:03.48
	Memory Required	3472 bytes

	Additional Memory Required for Residual Plots	648 bytes
--	--	-----------

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kedekatan Konsumen, Biaya Lokasi, Fasilitas ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kesuksesan Usaha

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics	
					R Square Change	F Change
1	.877 ^a	.769	.761	.594	.769	104.174

Model Summary^b

Change Statistics			
df1	df2	Sig. F Change	Durbin- Watson
3	94	.000	1.934

a. Predictors: (Constant), Kedekatan Konsumen, Biaya Lokasi, Fasilitas

b. Dependent Variable: Kesuksesan Usaha

ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	110.146	3	36.715	104.174	.000 ^b
	Residual	33.130	94	.352		
	Total	143.276	97			

a. Dependent Variable: Kesuksesan Usaha

b. Predictors: (Constant), Kedekatan Konsumen, Biaya Lokasi, Fasilitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.160	.798		-2.708	.008
	Biaya Lokasi	.395	.035	.584	11.200	.000
	Fasilitas	.502	.056	.472	9.030	.000
	Kedekatan Konsumen	.182	.053	.171	3.443	.001

Coefficients^a

Model		Correlations			Collinearity Statistics	
		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)					
	Biaya Lokasi	.726	.756	.556	.905	1.105
	Fasilitas	.661	.682	.448	.902	1.109
	Kedekatan Konsumen	.193	.335	.171	.995	1.005

a. Dependent Variable: Kesuksesan Usaha

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Biaya Lokasi	Fasilitas	Kedekatan Konsumen
1	1	3.964	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.022	13.451	.00	.52	.00	.40
	3	.010	19.628	.07	.47	.27	.48
	4	.004	32.702	.92	.00	.73	.13

a. Dependent Variable: Kesuksesan Usaha

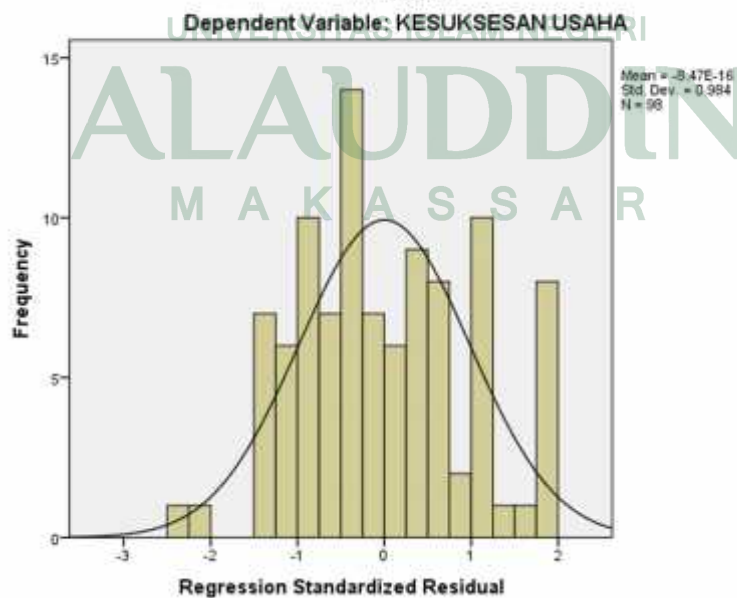
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	7.69	12.35	10.13	1.066	98
Std. Predicted Value	-2.295	2.085	.000	1.000	98
Standard Error of Predicted Value	.067	.175	.117	.027	98
Adjusted Predicted Value	7.66	12.31	10.13	1.065	98
Residual	-1.350	1.126	.000	.584	98
Std. Residual	-2.273	1.897	.000	.984	98
Stud. Residual	-2.311	1.925	.000	1.003	98
Deleted Residual	-1.394	1.160	.000	.607	98
Stud. Deleted Residual	-2.367	1.954	.001	1.011	98
Mahal. Distance	.257	7.417	2.969	1.726	98
Cook's Distance	.000	.044	.010	.011	98
Centered Leverage Value	.003	.076	.031	.018	98

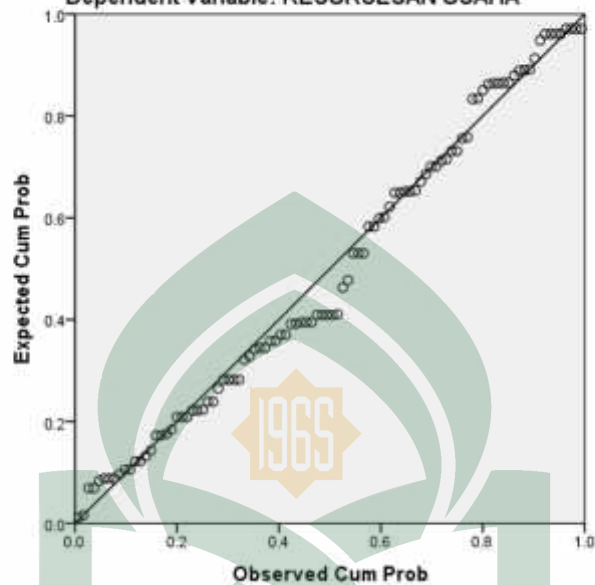
a. Dependent Variable: Kesuksesan Usaha

Charts

Histogram

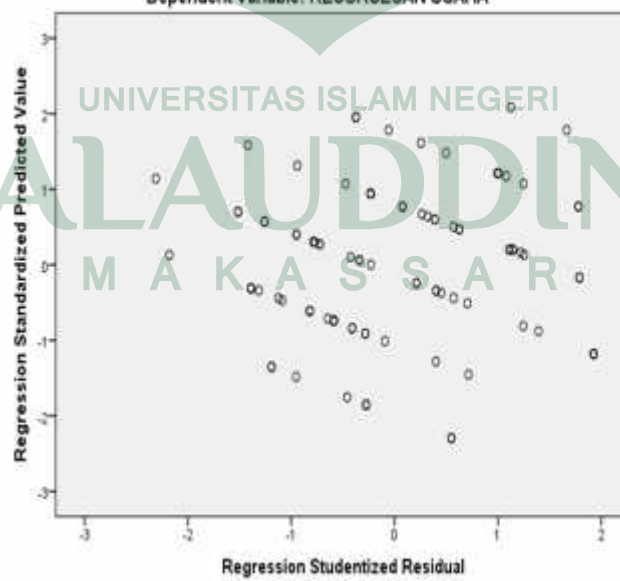


Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: KESUKSESAN USAHA



Scatterplot

Dependent Variable: KESUKSESAN USAHA



LAMPIRAN IV DOKUMENTASI







RIWAYAT HIDUP



Imam Wahyudi, lahir di Sungguminas Gowa 22 Februari 1996. Anak ketiga dari empat bersaudara dari pasangan Abdul Halim dengan Salma. Penulis ini mulai menjejak dunia pendidikan dasar pada Sekolah Dasar (SD) Inpres Balang-Balang di Kabupaten Gowa pada tahun 2002 dan selesai pada tahun 2008. Tahun 2008 penulis mulai memasuki jenjang pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 4 Sungguminasa dan selesai pada tahun 2011. Setelah lulus dari SLTP, penulis melanjutkan pendidikan pada tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMAN 1 Sungguminasa yang sekarang bernama SMAN 1 Gowa dan dinyatakan lulus pada tahun 2014. Pada tahun yang sama, penulis kemudian melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar (UINAM) dengan program studi Ilmu Ekonomi (S1).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R